

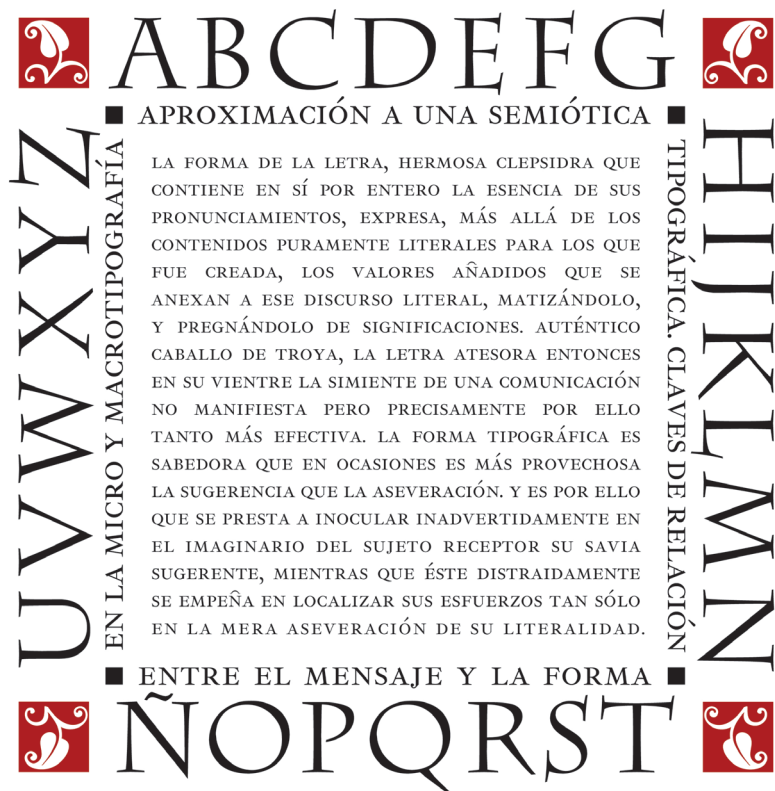
APROXIMACIÓN A UNA SEMIÓTICA TIPOGRÁFICA

CLAVES DE RELACIÓN ENTRE EL MENSAJE Y LA FORMA EN LA MICRO Y MACROTIPOGRAFÍA

TESIS DOCTORAL

TOMO II

FCO. JAVIER NAVARRO MORAGAS



FACULTAD DE BELLAS ARTES
UNIVERSIDAD DE SEVILLA

APROXIMACIÓN A UNA SEMIÓTICA TIPOGRÁFICA.
CLAVES DE RELACIÓN ENTRE EL MENSAJE Y LA
FORMA EN LA MICRO Y MACROTIPOGRAFÍA

TOMO II

TESIS DOCTORAL

APROXIMACIÓN A UNA SEMIÓTICA TIPOGRÁFICA.
CLAVES DE RELACIÓN ENTRE EL MENSAJE Y LA
FORMA EN LA MICRO Y MACROTIPOGRAFÍA

TOMO II

FCO. JAVIER NAVARRO MORAGAS



DEPARTAMENTO DE DIBUJO
FACULTAD DE BELLAS ARTES
UNIVERSIDAD DE SEVILLA

PROGRAMA DE DOCTORADO
EL DIBUJO COMO BASE DE LAS ARTES PLÁSTICAS
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
DISEÑO Y SU RELACIÓN CON TODO SU ÁMBITO

CON LA CONFORMIDAD DEL DIRECTOR DE LA TESIS
JUSTO GARCÍA GIRÓN
Y DEL TUTOR
JAIME GIL ARÉVALO

ÍNDICE

TOMO I

LIBRO I. CAPÍTULO PRELIMINARES

| | |
|----|--|
| 17 | 1. Justificación de la Tesis |
| 25 | 2. Estructura de la Tesis |
| 35 | 3. Marco teórico y estado de la cuestión |
| 47 | 4. Objetivos, metodología y fuentes |
| 57 | 5. Introducción a la forma de la escritura como recurso comunicacional |

LIBRO II- EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA FORMA ESCRIPTORA

| | |
|-----|---|
| 155 | 1. Una introducción a la forma de la letra como expresión del zeitgeist |
| 209 | 2. La Antigüedad |
| 259 | 3. La Antigüedad Clásica |
| 317 | 4. La Antigüedad Tardía y el Medievo |
| 383 | 5. La Edad Moderna. Renacimiento |
| 429 | 6. La Edad Moderna. Barroco e Ilustración |
| 481 | 7. La Edad Contemporánea. El siglo XIX |
| 531 | 8. La Edad Contemporánea. Los siglos XX y XXI |

TOMO II

LIBRO III. ANÁLISIS Y CLASIFICACIÓN DE LA CASUÍSTICA ESTRATÉGICA DE LA TIPOGRAFÍA

| | |
|-----|---|
| 619 | 1. Naturaleza expresiva de la semiótica tipográfica |
| | 2. Actores de la semiótica tipográfica |
| 657 | 2.1. Elementos tipográficos |
| 719 | 2.2. Elementos de inclusión |
| 763 | 2.3. Elementos de sustitución |
| 787 | 2.4. Intervención del contorno tipográfico |
| 839 | 2.5. Elementos de texturación |
| 871 | 2.6. Intervención por reubicación |
| 897 | 2.7. Intervención por orientación |
| 925 | 2.8. Intervención cromática |

LIBRO IV. MÉTODO CREATIVO APLICADO A LA SEMIÓTICA TIPOGRÁFICA

- 955 1. Propuesta de una metodología proyectual

LIBRO V. ADENDAS AL CUERPO DE LA TESIS

- 1007 1. Introducción al libro V
- 1013 2. La obra de arte frente a la gráfica publicitaria. Una aproximación desde la hermenéutica.
- 1027 3. El Valor añadido. Una reflexión sobre la inmanencia de lo artístico en la gráfica publicitaria
- 1045 4. La Tipografía en relación al Diseño, la Sociedad, la Propaganda y el Arte
- 1057 5. La recursividad del lenguaje en relación con la semiótica tipográfica
- 1071 6. El sueño de una letra

LIBRO VI. EPÍLOGO

- 1081 1. Vías de investigación abiertas
- 1089 2. Conclusiones finales del trabajo de investigación
- 1095 Bibliografía
- 1105 Webgrafía

LIBRO III

ANÁLISIS Y CLASIFICACIÓN DE LA CASUÍSTICA
ESTRATÉGICA DE LA FORMA ESCRITORA

LIBRO III. ANÁLISIS Y CLASIFICACIÓN DE LA
CASUÍSTICA ESTRATÉGICA DE LA TIPOGRAFÍA

NATURALEZA EXPRESIVA
DE LA SEMIÓTICA TIPOGRÁFICA

EN UN PRIMER ACERCAMIENTO a los sucesos tipográficos que poseen intervenciones gráficas que alteran su capacidad expresiva, podríamos considerar dichos sucesos según el origen de su potencial comunicativo. Este origen puede ser principalmente de carácter cognitivo o no cognitivo. Será de carácter cognitivo si la intervención conlleva el concurso de elementos referenciales formalmente reconocibles que aporten algún potencial comunicativo al conjunto. Por el contrario, será de carácter no cognitivo cuando la intervención se lleva a cabo mediante el concurso de elementos que, aun aportando valores añadidos al conjunto tipográfico, sin embargo no se autoreferencian a ningún elemento reconocible, dependiendo sus valores expresivos del potencial comunicativo de la forma en abstracto.

Las intervenciones de tipo cognitivo pueden dividirse en cuatro subapartados: tipo cognitivo icónico, tipo cognitivo simbólico, tipo cognitivo convencional y tipo cognitivo indicial. El tipo cognitivo icónico se produce cuando la tipografía se encuentra intervenida por un elemento gráfico cuya presencia alude visualmente a un objeto reconocible del contexto físico real. El caso más evidente viene dado por la presencia de una forma cuya silueta se refiere icónicamente al objeto que representa, pero la iconicidad puede proceder igualmente del color cuando éste es utilizado como referente a un objeto natural, o por la texturación, o incluso por una disposición interesada de los elementos tipográficos en tanto que aludan directamente al objeto de referencia en cuestión. El tipo cognitivo simbólico se da cuando el elemento interventor tiene la apariencia de un símbolo y carga de ese significado simbólico a las formas tipográficas a las que afecta. En el tercero de los subapartados, el tipo cognitivo convencional, el elemento interventor carga de significado a la letra de una manera muy similar a como sucede en el tipo cognitivo simbólico, pero se diferencia de él en que el potencial expresivo del elemento de

influencia tiene aquí un poder inoculador de menor rango. Entendemos que existe una diferencia entre elemento referencial simbólico y elemento referencial convencional. El primero de ellos, el simbólico, tiene un potencial de irradiación amplio, y su carga significativa proviene a menudo de la idiosincrasia cultural del grupo de recepción en el cual el símbolo causa su efecto. Por tanto, sus significados son asumidos en forma inequívoca y su lectura es inmediata. En el caso del segundo, el convencional, el potencial difusor es notablemente más reducido y su carga significativa se debe a usos coyunturales que o bien pueden ser modales o bien tener un ámbito significador específico, no actuando más allá de ciertos límites precisos. En el cuarto subapartado, el tipo cognitivo indicial, el elemento que interviene expresivamente el conjunto tipográfico actúa a modo de sugerencia o de indicador de una situación que debe ser concluida por el propio receptor.

Con respecto a las intervenciones de tipo no cognitivo cabe decir que pueden tener una carga semiótica o carecer de ella. En el primer caso, la causa interventora no alude de ningún modo a ninguna situación formal reconocible dependiendo el valor añadido de la participación de elementos o circunstancias que infunden esos valores al conjunto tipográfico mediante la capacidad expresiva de los elementos gráficos en abstracto. El valor puede provenir de los comportamientos formales, cromáticos, de textura, compositivos e incluso, muy a menudo, de las diversas configuraciones específicamente tipográficas aplicadas a una parte o al conjunto de los caracteres a los que interesa. Por último, existen también intervenciones de tipo no cognitivo cuya presencia no infunde valor expresivo añadido al texto. Técnicamente este subgrupo quedaría fuera del marco de interés de un análisis semiótico, que por serlo supone implícitamente un valor de comunicación. Pero el volumen total de esa casuística merece al menos su mención, toda vez que no hay que deducir que la ausencia expresiva anule la factibilidad de sus proposiciones. En efecto encontramos numerosos ejemplos, especialmente en el terreno de los elementos gráficos de identificación corporativa de primer orden tales como el logotipo, que aun careciendo del elemento expresivo pueden presentar soluciones muy valiosas de diseño. El logotipo, entendido éste como la representación gráfica singularizada del nombre identificativo de una entidad, servicio u objeto susceptible de difusión, debe reunir fundamentalmente cinco características. La quinta de ellas se deduce de la consecución de las cuatro primeras. Un logotipo debe tener ante todo legibilidad, condición sin la cual se merma ostensiblemente la voluntad difusora de ese elemento de identificación. Por otro lado su diseño debe someterse a una voluntad reductora que simplifique su articulación gráfica pues el exceso ornamental interferirá

gravemente en el ágil reconocimiento. En tercer lugar es preceptivo que el juego tipográfico del logo presente rasgos de originalidad pues de ello depende su propia singularidad y su capacidad embajadora en cuanto al suceso del que es signo. Ello requerirá intervenciones tipográficas que pueden tener por objeto el mero efecto de la singularización sin que ello suponga la adición de valores de comunicación añadidos. Y más allá de todo ello el logotipo debería contener valores expresivos que lo asocien con el suceso al cual significan. Cuando este punto se cumple el conjunto tipográfico tendrá entonces valor semiótico. Y por último y en quinto lugar el logo deberá tener el beneficio de la pregnancia, un valor de memorización cuya voluntad de permanencia en el imaginario del receptor se realizará en la medida en que se hayan conseguido las cuatro circunstancias precedentes. El montante de casos en los que el juego tipográfico se interviene adecuadamente sin que existan derivaciones de tipo semiótico es tan elevado, no solo en el caso del logotipo sino de cualquier composición tipográfica representativa de una situación o un evento, que como dijimos merece al menos su mención.

El magnífico cartel de Josep Pla-Narbona diseñado para la Semana Santa de Sevilla de 1965 (FIG. III.1.1), inaudito por su arriesgado tratamiento y de exquisita factura, es un ejemplo claro de intervención tipográfica de naturaleza cognitiva. Las formas apuntadas en la parte superior de algunos de los caracteres aluden a los tradicionales capirotos nazarenos que dibujan durante la semana pasional los característicos perfiles de una ciudad entregada a una representación secular. El carácter /T/ se configura a modo de una cruz latina, con las astas cruzadas, en cuyo astil superior se sugiere la silueta de la tablilla que dió fe de la causa de la ejecución. El solapamiento de los caracteres expresa la aglomeración multitudinaria, y la reubicación irregular de las letras en el marco de la composición insiste igualmente en ese mismo efecto. Por último, y continuando en el plano de las intervenciones de carácter cognitivo, los contrapunzones de las cuatro letras /A/ parecen mirar al espectador con ojos de cíclope, infundiendo un hálito de vida a esos caracteres los cuales, además, han perdido el espacio de contrapunzón bajo el asta transversal cubriendo todo el espacio y proporcionando así una mancha triangular que identifica dichas letras con el típico perfil de un penitente procesional. Todas estas intervenciones son de tipo cognitivo, aunque las bondades expresivas del cartel de Narbona no se detienen ahí. El tortuoso enroscamiento en la prolongación de los finales de asta de la primera /S/ inicial parecen querer ser el trasunto del carácter profundamente barroco y ornamental de la celebración, a la vez que los contornos desgarrados de los glifos infunden dramatismo a la composición. La fuerte mancha de color negro, por otra parte, alude a la nocturnidad y el fuerte contraste con



FIG. III.1.1



FIG. III.1.2



FIG. III.1.3



FIG. III.1.4



FIG. III.1.5

FIG. III.1.1. Cartel de Josep-Pla Narbona para la Semana Santa de Sevilla de 1965.

FIG. III.1.2. Poética gestual del informalismo europeo en una obra de Antonio Saura. *Sin título*, 1956.

FIG. III.1.3. Gestualidad del expresionismo abstracto de José Guerrero. *Albaicín*, 1962.

FIG. III.1.4. Gesto expresivo en un lienzo de Robert Motherwell. *Africa Suite 1*, 1970.

FIG. III.1.5. Monograma de Heinrich Aldegrever.

el blanco de fondo acrecienta el dramatismo. Un drama que se subraya también por la violenta distorsión de la arquitectura de las letras cuya composición general parece sugerir la de una comitiva en trance de aproximación. Un completo elenco de intervenciones tipográficas que enriquece sobremanera una composición extremadamente audaz que se resuelve tan sólo con el concurso de texto. Por si fuera poco no sólo el resultado obedece al discurso que conviene sino que además la poética ejecutoria es fiel al momento al que pertenece, toda vez que podemos perfectamente emparentar estos juegos formales con la estética tipográfica coetánea de un Saul Bass o incluso con los desgarros dramáticos del informalismo europeo tan dignamente representado en la España del momento por artistas de la talla de Antonio Saura (FIG. III.1.2) o Manolo Millares, o con la gestualidad de las corrientes internacionales del expresionismo abstracto de José Guerrero (FIG. III.1.3), Franz Kline, o Robert Motherwell (FIG. III.1.4). Una auténtica rareza, como vemos, este cartel de Narbona que concilia con tanto acierto como dignidad una poética deconstructiva de vanguardia con los valores profundos de una celebración festiva de tan marcado tradicionalismo. Todo una hazaña gráfica cuyas consecuencias lamentablemente no vemos desde hace décadas en la producción cartelera al uso.

Otro ejemplo de intervención tipográfica de naturaleza cognitiva lo tenemos en la firma de los grabados de Heinrich Aldegrever, un pintor y grabador del renacimiento alemán casi una generación posterior a la de Alberto Durero. El monograma con el que firma sus obras Aldegrever (FIG. III.1.5) se ampara de alguna manera a la sombra del prestigio del maestro de Nuremberg construyendo con dos letras de su apellido, la primera de ellas precisamente una /A/ y la segunda una /G/ que se cobija en el espacio de contrapunzón bajo el asta transversal, la firma con la que significaba sus obras en una suerte de coreografía tipográfica en todo semejante a la de Alberto Durero, tal como vemos en la firma del conocido grabado *Melencolia*, de 1514 (FIG. III.1.6).

Un caso de intervención tipográfica, esta vez de tipo no cognitivo, lo tenemos en la inteligentísima manipulación del logo del ya desaparecido *El País imaginario* (FIG. III.1.7), una especie de breve suplemento dominical del diario El País cuyos contenidos jugaban con la noticia de un modo lúdico, caprichoso e incluso irreverente, en un contexto editorial cuya finalidad era principalmente la de posicionarse en un ángulo diferente, imposible, con respecto a la noticia; jugando con ella, lanzándola al aire, violentándola y huyendo, a plena consciencia, del rigor del objetivismo informativo. ¿Cómo podría, desde lo cognitivo, expresarse la esencia de una noticia caprichosamente manipulada?. El eficaz recurso expresivo que se utilizó consistió entonces en



FIG. III.1.6



FIG. III.1.7



FIG. III.1.8



FIG. III.1.9



FIG. III.1.10

FIG. III.1.6. Monograma de Alberto Durero en *Melencolia*, 1514.

FIG. III.1.7. Logo de *El País Imaginario*.

FIG. III.1.8. Anuncio publicitario de *Harry's*.

FIG. III.1.9. *Postalfree* del viario madrileño.

FIG. III.1.10. Anuncio publicitario de una empresa de telecomunicaciones.



intervenir el logo de la mancheta del fanzine volteándolo según su eje vertical. De esta manera las propiedades formales relativas del logo corporativo no se alteran, pero el conjunto se presenta en una posición inaudita que parece dar a entender que si navegamos por las páginas que siguen al logo nos posicionaremos *al otro lado* de la noticia, al otro lado de la realidad cotidiana; pasando al otro lado, a un espacio *desinstitucionalizado*, permitásenos el vocablo, donde la sorpresa de lo inaudito podría residir, premeditadamente, sin sonrojo. Es este sin duda uno de los mejores logos que hemos podido ver en los últimos tiempos, pues tiene la audacia de no alterar en absoluto los valores relativos del logo institucional con el que se hermana, al mismo tiempo que lo transforma violentamente a partir de su imagen especular. El recurso gráfico es, aparentemente, tan sencillo que abruma por su simplicidad y eficacia. Pero el esfuerzo intelectual que probablemente ha requerido es inversamente proporcional a su sencillez, y ésta a la vez inversamente proporcional a su tremendo potencial significativo.

INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS DE TIPO COGNITIVO ICÓNICO

Las intervenciones de tipo cognitivo, como dijimos más arriba, se subdividen en cuatro categorías: icónica, simbólica, convencional e indicial. La categoría cognitiva icónica debe su expresividad a la interacción de la tipografía con elementos gráficos visualmente reconocibles de la realidad inmediata. En este anuncio publicitario de la panificadora francesa *Harry's* (FIG. III.1.8) el texto parece haber quedado relegado a un tercer plano, obligado por la presencia dominante de la imagen. Pero la subordinación es sólo aparente habida cuenta de la importante carga semiótica que destila la composición tipográfica. El recurso de tipo cognitivo icónico viene determinado por la utilización de un tipo muy similar al utilizado en los tradicionales cuadernillos de caligrafía *Rubio*, cuyo peculiar trazado forma parte de la memoria colectiva asociándose con los ejercicios caligráficos infantiles. La apariencia de la tipografía alude icónicamente entonces a una escritura preescolar y consecuentemente se emparenta con el mundo infantil que se describe en la propia imagen del anuncio. Pero más allá de ello existen otras intervenciones en este texto que potencian el discurso, aunque su catalogación corresponda a otras categorías. El color malva rosado del relleno de la letra expresa la condición de feminidad que lo asocia con el personaje en escena, y además es una estrategia que conecta el texto con la coloración general con la que está resuelta la escena representada a la vez que es una derivación del color corporativo principal de la corporación, emparentándola con ella. La profusión de curvas que articulan el trazado le infunden una ductilidad que lo acercan al carácter agradable y suave que se expresa literalmente en la propia frase. El enlace ininterrumpido de los caracteres evoca a las caligrafías

típicamente infantiles. Por otro lado la utilización meticulosamente reglada de los elementos ortotipográficos, como el uso de mayúsculas al inicio de frase y detrás del punto y seguido, así como el propio punto final, son expresión de los ejercicios escriturales académicos de primera infancia y no aparecen, con frecuencia, en otros soportes publicitarios cuyos discursos no los requieren o incluso aconsejan su transgresión. El empleo de una cursiva subraya la condición de feminidad e insiste también en el tono de suavidad con el que la sentencia está ya dicha. El masivo empleo de caracteres en minúsculas le presta cercanía y complicidad, y el pequeño cuerpo tipográfico utilizado, en comparación a las dimensiones del total de la composición, sugiere una alocución en voz queda. Por último, la disposición del texto en el ángulo inferior derecho de la composición lo sitúa al final del discurso *imagen-texto* general actuando así con carácter conclusivo. Una suerte de recursos tipográficos que añaden valores al texto más allá de su alegato literal, resaltando aquellos que se desprenden de la lectura de la imagen e incluso añadiendo otros no presentes ni en la literalidad del texto ni en la narrativa de la imagen.

Un sencillo pero curioso juego tipográfico de significación icónica existe también en esta *postal free* (FIG. III.I.9), una de esas postales gratuitas que encontramos en ciertas librerías, locales de hostelería o de moda en general, cuyo objetivo parece ser la desenfadada promoción de la capital madrileña. En ella se reproduce el viario de la zona monumental de la ciudad sugiriendo la apariencia de un plano de situación. Pero el caserío ha desaparecido y en su lugar sólo aparecen textos que definen por su situación y orientación el entramado de calles y avenidas, identificadas por sus propios nombres. El juego tipográfico describe figurativamente la apariencia de un plano de localización parcial utilizando entonces un recurso que podemos catalogar como cognitivo icónico. Como en los otros casos, una serie de recursos tipográficos más se añaden al recurso principal. Los diferentes cuerpos tipográficos categorizan la importancia de las diferentes vías, así como el uso de mayúsculas y minúsculas, e incluso la utilización de negrita para destacar las avenidas principales.

En este interesante ejemplo (FIG. III.I.10) los recursos icónicos son más sutiles y en un primer visionado la función expresiva que comportan puede pasar desapercibida. Se trata de la página interior de un folleto publicitario de difusión de una firma de telecomunicaciones. En un primer momento el fondo fotográfico se presenta como un elemento inocuo meramente ornamental, pero enseguida apreciamos la similitud formal entre las manchas de las formaciones nubosas y los conjuntos de párrafo del texto cuya apariencia y conformación los emparenta a aquéllas, haciendo de éstos una suerte de formaciones tipográficas etéreas que se hermanan con

las manchas nubosas naturales. Los recursos que intervienen en el concurso de esta complicidad gráfica son diversos. En primer lugar el espacio que ocupan cada uno de los diferentes párrafos del texto es similar al espacio ocupado por las nubes que aparecen en el fondo celeste. Para conseguirlo, el conjunto del texto se ha separado en tres bloques mediante el uso de un espacio entre párrafos que los separa visualmente, sin que ello afecte a la continuidad de su lectura. Por otro lado el tipo de justificación que se ha aplicado es la denominada en bandera derecha donde los textos, justificados al margen izquierdo, rompen la linealidad del contorno derecho del párrafo presentando un perfil irregular, arbitrario, que los conecta con los contornos naturales de las masas nubosas. El color de la fuente es blanco, calado sobre el azul del fondo, y el inusual uso de la negrita, afectando a cadenas de caracteres de cierta extensión, aporta al conjunto de cada párrafo una vibración de la textura tipográfica con escalas de tono que se asocian con los medios tonos de las nubes. La ubicación de los tres párrafos en el centro de la composición pero rodeados de las formaciones nubosas a una distancia similar a la que dista entre los mismos párrafos los sitúa en un conjunto compositivo que termina, junto con las demás intervenciones tipográficas citadas, por sugerir la condición etérea y sutil que iguala los bloques de texto a los elementos fotográficos del fondo; una sutilidad y ligereza que es probablemente la condición de fondo que se intenta transmitir en el discurso interesado de esta corporación comercial.

En esta valla publicitaria que declara las bondades de un producto dentífrico (FIG. III.I.I I) el texto no sólo aparenta relegarse al potencial discursivo de la imagen, como en el anuncio comentado de la panificadora francesa Harry's, sino que incluso parece no existir. Sin embargo el texto aquí, transmutado propiamente en imagen, sostiene el potencial comunicativo del reclamo publicitario. Una vista en primer plano de una pieza de pan sostenida por una mano aparece fragmentada de tal manera que sugiere claramente la acción de un mordisco. En uno de los espacios mordidos una pequeña mancha roja alude, en el contexto de un anuncio dentífrico, a la pequeña huella que ha dejado una encía debilitada. Pero la mancha roja es el texto propiamente. El color rojo se presenta con una función cognitiva icónica que apunta al tono sanguíneo. El pequeño cuerpo tipográfico y la disposición del contenido literal en dos líneas provoca que el espacio ocupado por el texto se emparente con el espacio que dejaría la huella de la encía. Para potenciar la percepción del color rojo se ha elegido una tipografía de astas gruesas y el contorno de la mancha tipográfica se acentúa por la utilización de caracteres de caja alta. Vistas en detalle las letras se encuentran desubicadas de sus posiciones regladas en un intento de simulación de adherencia a la superficie irregular de la masa de pan. Igualmente otras intervenciones



FIG. III.I.I I



MARKETTRUST

FIG. III.I.I 2



FIG. III.I.I 3

FIG. III.I.I I. Soporte publicitario para una campaña de un producto dentífrico.

FIG. III.I.I 2. Servicio de consejería de marketing para empresas.

FIG. III.I.I 3. Juego semiótico tipográfico.

tipográficas existen en función de conseguir la apariencia de una mancha roja más intensa, como el estrecho track entre caracteres o la reducción del espacio de interlínea. Todas estas intervenciones son de tipo cognitivo icónico en cuanto que apuntan hacia el referente de una circunstancia real visualmente reconocible.

El ingenioso anagrama de *Market Trust* (FIG. III.I.12), un servicio de consejería de marketing para la optimización de recursos de mercado para empresas, presenta una gráfica inteligente que expresa con suficiencia los objetivos de la entidad. Un pequeño personaje en actitud de júbilo se alza sobre una especie de podio conformado por el entrelazo de las dos letras capitales del nombre de marca. Del juego *anagramático* resulta la imagen sugerida de un capitel jónico, indicado a partir de la prolongación en espiral de los dos terminales del asta horizontal de la letra /T/. Las astas laterales de la /M/ evocan el volumen del tambor superior del fuste columnario y a la vez las dos astas centrales de dicha letra en unión del asta vertical del carácter /T/ aluden a las acanaladuras del fuste. Estos recursos son claramente de tipo cognitivo icónico y la presencia virtual de la columna jónica expresa la dignidad y confiabilidad, propias del valor seguro de lo clásico, de la propia entidad. Lo cual se expresa también en el juego tipográfico del logotipo a través del uso de una tipografía del grupo de las romanas de orden clásico, según la clasificación de Francis Thibaudeau.¹

En el rótulo *América* (FIG. III.I.13) la lectura meramente literal se complementa con la información gráfica que se encuentra en el interior de las astas de la fuente. La lectura perceptual, *Estados Unidos de América*, es posible por la inclusión de los elementos de textura incluidos en el cuerpo de los glifos. Es evidente que estos elementos aluden a la nacionalidad estadounidense pero no por una referencia directa a la bandera nacional sino a sus elementos constituyentes, puesto que la ordenación relativa de los mismos ha sido alterada. A pesar de su sencillez, la catalogación de esta intervención tipográfica puede ser problemática en el sentido que lo estamos contemplando aquí como un recurso de tipo cognitivo icónico. Sin embargo la propia bandera en sí como objeto real es un símbolo. Los colores y las formas de la enseña tienen una carga

1 Desde comienzos del siglo pasado los estudiosos del hecho tipográfico han ensayado varias clasificaciones tipológicas de la forma de la letra. La primera de ellas fue la del francés Francis Thibaudeau en la tercera década del siglo. Para una descripción detallada de la clasificación de Thibaudeau puede recurrirse a

MARTÍNEZ DE SOUSA, José. *Manual de edición y autoedición*. Ed. Pirámide. Madrid, 2008. p.120 ss.

La mejor descripción de la clasificación del también francés Maximilien Vox, de 1953, podemos consultarla en

POHLEN, Joep. *Fuente de letras*. Ed. Taschen. Colonia, 2011. p.50 ss.



FIG. III.I.14



FIG. III.I.15



FIG. III.I.16



FIG. III.I.17



FIG. III.I.18

FIG. III.I.19



FIG. III.I.14. Juego semiótico por sustitución de un elemento tipográfico.

FIG. III.I.15. Contrapublicidad.

FIG. III.I.16. Logotipo comercial.

FIG. III.I.17. Cartel para los *Sanfermines* de 2010.

FIG. III.I.18. Logotipo de Milton Glaser para la ciudad de Nueva York.

FIG. III.I.19. Versión del logo de Glaser en un anuncio publicitario de *Orange*.

simbólica² que alude a la raza, al valor y a los estados constituyentes. Y más allá de ello la propia composición de la enseña estadounidense es un símbolo que expresa la identidad nacional. Pero la utilización en este ejemplo tipográfico es de carácter icónico porque la efectividad de su aplicación depende del reconocimiento generalizado de esos elementos formales y cromáticos como elemento visual reconocible del paisaje urbano estadounidense, y por estar esa imagen reconocible almacenada en el imaginario colectivo del grupo de recepción al que se dirige el mensaje contenido en la intervención tipográfica. Lo cual significa que la catalogación como recurso icónico, simbólico o convencional no vendría a depender de la condición del propio objeto de referencia en sí mismo, sino del modo en el cual ese recurso está siendo utilizado en el acto intervector. En un intento por aclarar este asunto veamos este otro juego tipográfico (FIG. III.1.14) en el cual el carácter /O/ ha sido sustituido por el símbolo identificativo del género femenino. Este recurso intervector no puede considerarse de carácter cognitivo icónico sino cognitivo simbólico, toda vez que la descryptación de su significado en el contexto del texto se produce del mismo modo que en su descryptación como tal signo simbólico, y no por su referencialidad icónica. El potencial expresivo que alude a la condición de mujer no se produce por tanto por referente icónico al paisaje visual reconocible de lo femenino, aunque esté presente en ese contexto como objeto simbólico, condición desde la cual presta sus significaciones al texto intervenido del ejemplo.

La democratización de las herramientas procedimentales gráficas, la asunción a nivel masivo de las poéticas de la gráfica de difusión y los posicionamientos críticos de fondo hacia una cultura de masas invasiva, ha determinado desde hace algunas décadas la aparición de movimientos contraculturales que utilizando irónicamente el mismo lenguaje de la cultura mediática modifican desde la base de un espíritu crítico y societario sus mensajes institucionales originales. En este ejemplo de *contrapublicidad* se advierte sobre los efectos perversos de un consumismo irreflexivo, (FIG. III.1.15) en el marco de un capitalismo que en el ejemplo se asocia a las grandes corporaciones internacionales proveedoras de objetos de consumo masivo (FIG. III.1.16). La intervención ha consistido en sustituir el nombre de marca del producto por un texto reivindicativo que presenta un comportamiento gráfico muy similar al texto del logo original. El recurso es de tipo cognitivo icónico en tanto que las formas de los caracteres aluden a las de la gráfica

2 Sobre los significados de la enseña nacional estadounidense puede consultarse http://es.wikipedia.org/wiki/Bandera_de_los_Estados_Unidos (consultado el 2.3.2015)

del logo. Pero además tanto los colores corporativos, que se mantienen, como la franja curvada que subraya el texto y que es el grafismo identificador de la marca son, ambas, circunstancias que insisten en la identificación entre la impostura crítica y el original institucional.

Una iconicidad por el tipo utilizado se encuentra también en el proyecto de cartel para los *Sanfermines* de Pamplona 2010 (FIG. III.I.17). Tanto la disposición de los caracteres junto con el elemento gráfico en dos líneas y ocupando el espacio aproximado de un cuadrado alude evidentemente al conocido y mil veces versionado logo de Milton Glaser para la ciudad de Nueva York (FIG. III.I.18). La coincidencia de la tipografía y la ordenación de los caracteres emparenta el texto del cartel con el logo del diseñador norteamericano. Sin embargo el elemento simbólico que en Glaser alude a la expresión *love* ha sido sustituido por una geometría cuya forma y color expresa, en este contexto, el característico pañuelo rojo que forma parte del atuendo de las fiestas pamplonicas. A pesar de haber sido eliminada toda referencia al *love*, elemento literal imprescindible en el discurso del logo original de referencia, y producirse una reiteración en la alusión a la localización mediante los caracteres /SF/ y el triángulo encarnado, el mensaje de complicidad con la festividad local no se resiente debido a la conexión que se establece entre el juego tipográfico del cartel y el objeto tipográfico de referencia. La intervención tipográfica es en este caso de tipo cognitivo icónico pues es mediante la iconicidad como se produce la conexión y se completa el mensaje. Hay que hacer constar sin embargo que la naturaleza expresiva del logo de Milton Glaser propiamente considerado es de naturaleza cognitiva pero no de tipo icónico sino simbólico, toda vez que el elemento de inclusión, el corazón rojo, expresa una simbiosis incondicional a partir de un elemento gráfico que *simboliza* el sentimiento de esa simbiosis. Una versión más libre y arriesgada del logo de Glaser la encontramos en el *mupi*³ publicitario urbano que anuncia una tecnología de vanguardia de telecomunicaciones asociada a una firma comercial (FIG. III.I.19). Sin embargo la configuración del logo de referencia en el que se apoya la campaña está tan firmemente presente en el imaginario colectivo que aun habiendo alterado ciertas configuraciones esenciales como el color del texto que aquí se presenta en blanco sobre negro, el color del elemento gráfico incluido que aquí es del color identificativo de la corporación o la desarticulación original del texto en dos líneas, que aquí se presenta en una sola, no obsta para el reconocimiento del guiño a partir del cual se consolida el mensaje. De nuevo, como

3 Un *mupi* es una arquitectura mobiliaria urbana que soporta, o es en sí misma, material de difusión publicitaria comercial o institucional. Su casuística formal es extraordinariamente diversa y desde sus primeras apariciones en el siglo XIX se ha convertido hoy en uno de los elementos del paisaje cotidiano en el contexto urbano moderno.

en el caso del cartel de la fiesta pamplonica, el elemento simbólico del *love* ha sido sustituido en este caso por el logo de la compañía y los dos caracteres finales /4G/ señalan hacia el beneficio tecnológico que es capaz de proporcionar esa entidad comercial. Tanto en el caso del cartel festivo como en el mupi publicitario la identificación inmediata se produce por la utilización de una tipografía similar a la del logo de referencia, y por la existencia de tan sólo tres glifos de los cuales el primero es siempre el carácter /I/, seguido de un elemento gráfico que identifica al objeto principal del discurso. La increíble pregnancia del logo de Milton Glaser posibilita el alto nivel de referente icónico que posee aun en los casos de una libre deconstrucción, circunstancia que haría peligrar el vínculo con otros logos de menor nivel pregnante.

En este cartel que anuncia el objeto de una organización ecologista (FIG. III.1.20) la manera peculiar en la que se presentan los elementos de la composición, todos de naturaleza tipográfica, ocupando todo el espacio disponible, y con una casuística dispar aparentemente deslavazada en cuanto a cuerpos tipográficos, color, y glifos no alfanuméricos empleados, apunta con una cierta voluntad *vintage*⁴ a la cartelería decimonónica. La producción cartelera del siglo XIX, muy especialmente la que se produjo durante los dos primeros tercios de la centuria (FIG. III.1.21), se resolvía habitualmente con elementos tipográficos que ocupaban todo el espacio del cartel, con la ausencia total de elementos figurativos de ilustración cuya capacidad para aliviar la monotonía del texto se suplía a menudo con la inclusión de elementos ornamentales propiamente tipográficos, no alfanuméricos. Probablemente la utilización en este cartel de una estética trasnochada sea debida a la recuperación de una poética vintage cuyos efectos, en el momento en el que este cartel se mostraba, estaban de moda en la idiosincrasia del *target*⁵ al cual iba con toda seguridad dirigida esta campaña local.

La exposición universal de Lisboa de 1998 tuvo como eje temático *Los océanos: un patrimonio para el futuro*. En su logo de identificación (FIG. III.1.22) un carácter /E/ quedaba intervenido mediante su inserción en un espacio oval de color azul a la vez que sus astas se curvaban de tal modo que sugerían un movimiento de ondulación dinámica sobre la superficie azul del óvalo. La prolongación desmesurada y la deformación de las astas horizontales de la /E/, así

4 El término *vintage* adjetiva ciertos objetos en desuso que por su edad aún no pueden ser considerados como antigüedades pero que presentan cierto interés como objeto de coleccionismo.

5 El concepto de *target* hace referencia al público objetivo, literalmente público-diana, al cual se dirige una campaña publicitaria. La terminología de referente belicista declara la voluntad castrense de los planteamientos estratégicos derivados de las metodologías del marketing moderno.

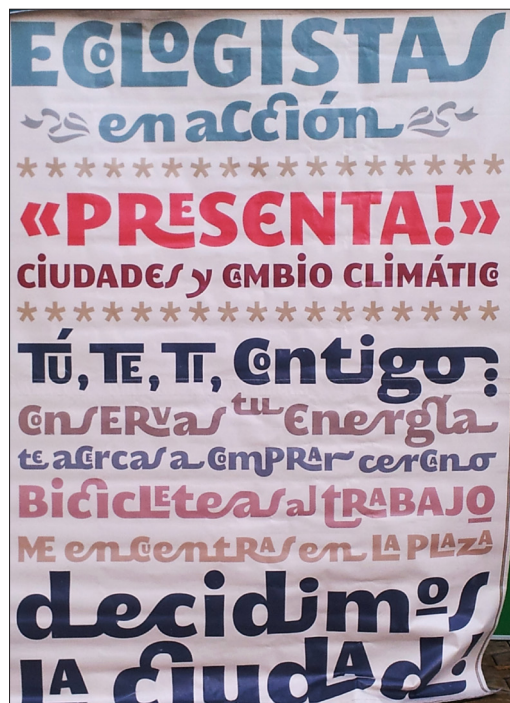


FIG. III. I. 20

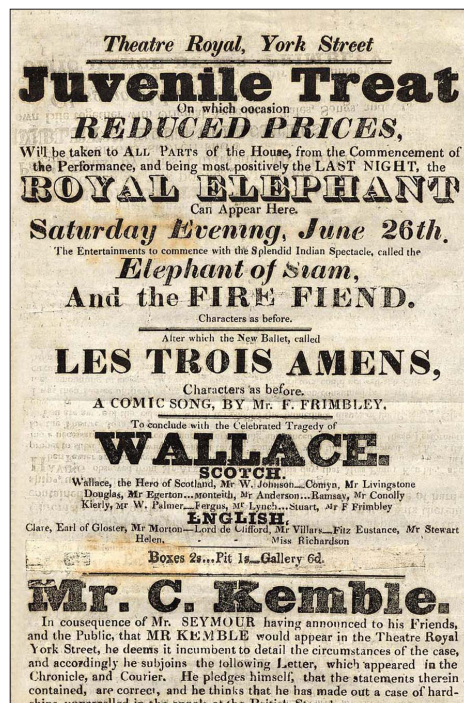


FIG. III. I. 21



FIG. III. I. 22



FIG. III. I. 23

FIG. III. I. 20. Cartel de una organización ecologista.

FIG. III. I. 21. Cartel tipográfico característico de la producción del siglo XIX.

FIG. III. I. 22. Logo de la Expo Lisboa de 1998.

FIG. III. I. 23. Rótulo del filme Tron Legacy.

FIG. III. I. 24. Juego tipográfico de Guerra y Paz.



FIG. III. I. 24

como el espacio azul que la rodea son expresión de la superficie oceánica y el elemento circular seccionado que simula esconderse parcialmente tras el óvalo azul alude a la esfera solar en trance poniente. Una percepción que se acentúa por la curvatura azul tras la que se oculta, en un todo conjunto que inculca el carácter oceánico a partir de los diferentes recursos interventores alrededor de un solo glifo intervenido.

El juego tipográfico para el cartel anunciador del filme *Tron: Legacy*, de 2010 (FIG. III.1.23), una secuela del éxito obtenido por *Tron* en 1982, expresa a través de sus formas tipográficas la estética que hizo célebre a la primera versión cinematográfica. En un conjunto de intervenciones de carácter cognitivo de clara iconicidad, el texto presenta sus contornos resueltos a una sola línea continua que recorre sin rupturas todo el perímetro de cada uno de los caracteres. Tanto el color como el tratamiento del grosor de la línea, así como el efecto de texturación que imita el efecto de un destello luminoso es alusión a la estética de los objetos de neón, una gráfica muy presente en los dos filmes y caracterizadora de ambos. El aspecto aerodinámico en la prolongación derecha del trazo de la /T/, que se funde con la arquitectura superior de la /R/, así como la extrañeza en el transversal de la /N/ expresan, respectivamente, la dinamicidad y el tono futurista presentes en el argumento. Y el color frío y electrizante del trazo tipográfico se asocia también icónicamente con los complementos que aparecen a lo largo de la película.

INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS DE TIPO COGNITIVO SIMBÓLICO

Cuando el elemento interventor de la tipografía es un suceso de carácter no icónico en el sentido de no referenciarse a sí mismo a través de su apariencia formal, sino merced a una especie de convenio sociocultural que otorga a esas formas una significación en clave que lo constituye en símbolo, estaremos ante la presencia de una intervención cognitiva de tipo propiamente simbólica. La imagen reconocible de una paloma, sea cual sea el grado de estilización formal en el que se presente, alude directamente al animal. Pero en cuanto ésta se aparece toda de blanco en una composición en la que adopta una disposición centralizada, de frente y con las alas desplegadas por sobre un grupo de personajes neotestamentarios reconocibles por sus perfiles y desde cuyas cabezas emerge una especie de llama fatua, la escena se convierte en una Pentecostés y el ave en un símbolo de la epifanía del Espíritu Santo. Si por el contrario la paloma, también de blanco, aparece con una pequeña rama de olivo en el pico se convertirá de inmediato en el símbolo de la concordia, cuya significación proviene como sabemos de la escena paleotestamentaria del mito del diluvio universal. En ese sentido se presenta en el siguiente texto (FIG. III.1.24) donde la figura sustituye el último carácter del vocablo que se anula mediante una línea cruzada en rojo, y desde cuya posición toma el vuelo hacia la dirección contraria.



FIG. III.I.25



FIG. III.I.26



FIG. III.I.27

FIG. III.I.25. Juego tipográfico por sustitución en *Yahveh*.

FIG. III.I.26. Logo de una fundación madrileña para la defensa de los derechos igualitarios de las comunidades gay, lesbiana, bisexual y transexual.

FIG. III.I.27. Juego tipográfico por sustitución en *Sexo*.

En la misma línea paleotestamentaria se enmarca este otro texto (FIG. III.1.25) intervenido esta vez por medio de otra sustitución que elimina uno de los caracteres, la /A/, cuya forma triangular es similar a la del objeto que se inserta, un triángulo que en el contexto de la literalidad del nombre alude a la presencia de la divinidad suprema. De manera convencional el aura de divinidad con el que se significan los personajes que irradian santidad es de forma circular salvo el que señala hacia la dignidad superior que de manera singular adopta la forma de un triángulo, con todas las connotaciones cabalísticas que el número tres tiene de expresión de lo divino. La dignificación se produce también por medio del color, un tono purpúreo que es también significación de la dignidad de la Iglesia. Y por último el tamaño del grafismo triangular, cuya altura excede de la del resto de los elementos tipográficos del nombre. El tipo utilizado es una romana clásica que señala hacia la tradición y el origen del cristianismo, a la vez que el tipo en cuestión, una *Amherst* regular, tiene unas proporciones en el carácter /V/, y por tanto también en el carácter ausente /A/, muy cercanas a las del triángulo equilátero que simboliza la presencia de la divinidad. El recurso es entonces de tipo cognitivo simbólico ya que la lectura del elemento de sustitución se canaliza a través de la decodificación hermenéutica del elemento triangular añadido el cual, en una colectividad que comparta una catequesis de base cristiana, es símbolo, en un contexto determinado, de una condición sobrenatural de máximo rango. No obstante hay que considerar que las significaciones inequívocas de los elementos interventores no son factibles pues dependen en mucha medida del contexto en el que estos elementos despliegan su función simbólica. Así lo vemos en este logotipo de una fundación madrileña para la defensa de los derechos igualitarios de las comunidades gay, lesbiana, bisexual y transexual (FIG. III.1.26). El triángulo equilátero de color malva es aquí el símbolo de un ejercicio sexual asumido en libertad. El elemento triangular se convierte a su vez, mediante un ejercicio de sustracción, en un carácter /F/ que alude a la condición de Fundación de la entidad. Y el color malva, a diferencia de la dignidad eclesiástica del ejemplo anterior, se transmuta aquí en el signo de una sexualidad diversa. Este logo presenta una intervención tipográfica de carácter cognitivo simbólico en el sentido que utiliza el potencial simbólico del color y de la forma para referenciarse a la comunidad de gays, lesbianas, bisexuales y transexuales, utilizando un elemento emblemático que en el contexto de una sexualidad libre opera como significante de dicha circunstancia.

De la misma manera, con carácter simbólico, se añaden valores al texto de la figura siguiente (FIG. III.1.27) cuya sustitución tipográfica se lleva a cabo mediante la incorporación de un elemento simbólico ampliamente reconocido que completa la inconcreción de la literalidad del



FIG. III.I.28



FIG. III.I.29

GROUND
Ø
zerØ
z

FIG. III.I.30

Øbesidad

FIG. III.I.31

FIG. III.I.28. Muestra de obra artística femenina en el Centro Andaluz de Arte Contemporáneo, CAAC, de Sevilla.

FIG. III.I.29. Cartel del filme *La Profecía*.

FIG. III.I.30. Logotipo de *Ground Zero*.

FIG. III.I.31. Juego semiótico en el rótulo *Obesidad*.

texto. La alusión a la sexualidad femenina se materializa por la participación del símbolo de género cuya gráfica se ajusta perfectamente a la arquitectura de los glifos. Es el mismo caso que el de la carta de invitación para una muestra de obra artística en el Centro Andaluz de Arte Contemporáneo, CAAC, en Sevilla (FIG. III.1.28). Se ha utilizado aquí también como elemento principal de significación el símbolo de género pero su utilización es más inteligente en el sentido que se ha jugado con la interacción de los caracteres /o,t/ de la palabra *nosotras*, partiéndola en dos y reubicando esas partes en dos líneas haciendo coincidir en eje vertical los caracteres que interesan, de cuya simbiosis se sugiere la presencia del símbolo identificador. La forma que presenta el elemento simbólico de identificación en los dos ejemplos descritos es fundamentalmente idéntico al que se incluye en el diseño del rótulo del filme *La Profecía* (FIG. III.1.29), un filme del realizador John Moore de 2006, de cuyo carácter /O/ parte la sombra de un elemento inexistente que proyecta la forma de una cruz latina invertida. Básicamente la forma es idéntica a la del símbolo de género, pero en este contexto, un filme de terror de perfil diabólico, la identificación con el símbolo de género desaparece y en su lugar la sombra proyectada aparece como una cruz invertida, símbolo entonces de la presencia del *maligno*. El efecto de sombra se sugiere por el tratamiento de los contornos del elemento de inclusión, por la distorsión de su proyección y por la propia imagen figurativa del cartel cuyos elementos se iluminan con un efecto de contraluz.

El logo *Ground Zero*, Nivel Cero (FIG. III.1.30), recurre a una sustitución para intervenir cognitivamente el paisaje del texto. Y al utilizar un elemento simbólico como es el círculo cruzado por una franja transversal a cuarenta y cinco grados que es signo del numeral /0/ identifica propiamente a esta intervención como la consecuencia de un recurso de tipo cognitivo simbólico. Efectivamente el carácter alfabético /O/ de la expresión *zero*, cero, ha sido sustituido por el símbolo en cuestión que equivale al carácter numeral /0/. La casualidad entre la arquitectura de ambos elementos ha posibilitado la permuta, pero además la presencia del símbolo subraya el significado literal del texto. Sin embargo, el mismo elemento gráfico descontextualizado cobra un significado simbólico diferente, como en este caso (FIG. III.1.31) donde el mismo objeto gráfico alude al concepto geométrico de un diámetro circular. Se trata de otro símbolo que comparte con el anterior su forma pero no su significado. Y en el contexto de la palabra *obesidad*, de cuyo primer carácter toma prestada su posición, hace referencia al sobreexceso de la silueta, un sobreexceso que además queda subrayado por la alusión a un carácter de caja alta, cuya huella tipográfica confiere mayor peso visual al signo comunicador.



FIG. III.I.32



FIG. III.I.33



FIG. III.I.34

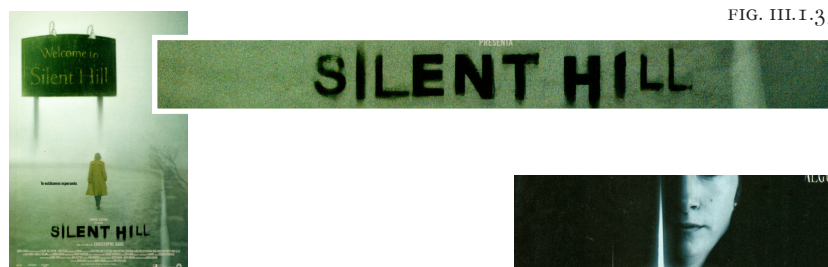


FIG. III.I.35

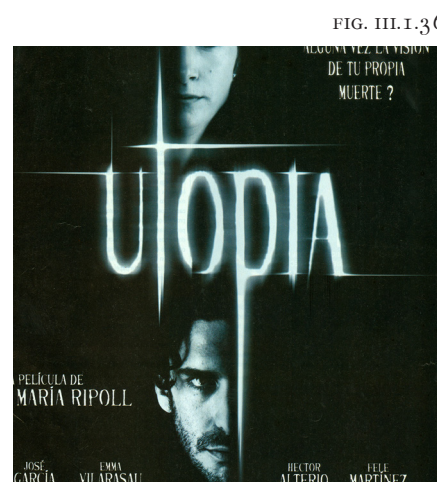


FIG. III.I.36

FIG. III.I.32. Logo para la Comunidad de Madrid.

FIG. III.I.33. Cartel del filme *En la tiniebla*.

FIG. III.I.34. Cartel del filme *Cuando llama un extraño*.

FIG. III.I.35. Cartel del filme *Silent Hill*.

FIG. III.I.36. Cartel del filme *Utopía*.

En el logo de la comunidad de Madrid, cuyo slogan reza *La suma de todos* (FIG. III.1.32), esa suma de voluntades queda expresada mediante la inclusión del símbolo matemático que expresa la suma total, una especie de extraña /E/ que es en realidad el carácter /S/ del alfabeto griego. Su carácter de símbolo aporta expresividad al logo, quedando representada la comunidad local mediante la /M/ de caja alta, identificada como comunidad mediante el uso del color rojo corporativo, así como por el tipo de letra utilizado y sobre todo por la inclusión de la gráfica de las estrellas, con la que la comunidad madrileña se significa.

INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS DE TIPO COGNITIVO CONVENCIONAL

En el apartado de recursos de intervención tipográfica de carácter convencional el elemento portador de significados es de carácter no icónico, dependiendo su comunicabilidad de la asociación de tal elemento con un concepto o circunstancia en un juego convencional de mayor o menor amplitud de aceptación pero en un rango de potencial expresivo mucho menor que en el caso del símbolo. La diferencia entre símbolo y convencionalismo puede considerarse, como dijimos al comienzo de este capítulo, tanto desde el diferente potencial significacional que presentan cada uno como desde el hecho que el símbolo, mucho más arraigado en el imaginario colectivo que la mera convención, forma parte por lo general del ideario cultural colectivo de la comunidad que lo cultiva. Mientras que la convención parece tener una carga significativa de vida más efímera y sujeta, en ocasiones, a los avatares de lo modal.

Así, en un buen número de carteles cinematográficos de filmes del género de terror de consumo masivo, el efecto de desenfoque lineal es empleado como recurso estratégico que infunde a la letra un carácter huidizo, esquivo, que se asocia convencionalmente con la estética del terror. Con esta significación aparece en el rótulo del filme *En la tiniebla* (FIG. III.1.33) donde el desplazamiento, siempre de carácter lineal vertical, añade el valor del miedo. Idéntico efecto se presenta en el rótulo del filme *Cuando llama un extraño* (FIG. III.1.34), o en *Silent Hill* (FIG. III.1.35) donde además se ha recurrido a otras intervenciones tipográficas que aumentan la sensación del caos como por ejemplo los diferentes cuerpos tipográficos que se suceden de manera irregular a través del título o los diferentes pesos visuales de las letras. El mismo recurso lo vemos en el titular del filme *Utopía* (FIG. III.1.36) en el que además se incluye una mezcla arbitraria de tipos de caja baja y alta, alargando los astiles de algunos caracteres con remates muy prolongados de forma apuntada, lo que potencia el carácter incisivo e hiriente del discurso.

En el logo de la organización *Subway* (FIG. III.1.37), un negocio franquiciado internacional de comida rápida para llevar, la presencia de las flechas al comienzo y al final del conjunto



FIG. III.1.37



FIG. III.1.38



FIG. III.1.39

FIG. III.1.37. Logo para un negocio franquiciado de comida rápida.

FIG. III.1.38. Juego tipográfico expresivo en la portada de la revista *Cinerama*.

FIG. III.1.39. Logo de José María Mir para la presidencia española de 1995 en la Unión Europea.

tipográfico son elementos de intervención que afectan a la lectura del texto y le imprimen algunas de las cualidades que son propias de la entidad. Las flechas orientadas inversamente indican convencionalmente la expansión de la marca, sugiriendo la capacidad de su cobertura, a la vez que infunden un sentido de dinamicidad al logo.

Por último, y en el terreno de las intervenciones cognitivas de tipo convencional, el titular del sumario de esta revista (FIG. III.1.38) no refleja por su contenido literal el total del volumen comunicacional que sí se completa por la acción del contexto y de las intervenciones en la última palabra de la frase. Efectivamente, la fecha alude a un estreno cinematográfico por el hecho de ser una revista dedicada a los eventos del cine de masas. Con respecto a la naturaleza de la *invasión* podríamos albergar dudas si no fuese por el propio tratamiento tipográfico del conjunto de los caracteres del vocablo. Se trata de una invasión extraterrestre por el recurso al color verde, que en el contexto se relaciona convencionalmente con la naturaleza alienígena extraterrestre, los típicos *hombrecillos verdes*. Que hay una cierta dosis de suspense y terror blando lo expresan los contornos intervenidos de la tipografía, que aparecen interpretados con un efecto de ondulación que implica cierta irradiación mórbida. El carácter incisivo de la arquitectura de los glifos, que acaban en punta hacia la parte inferior, insisten en el concepto de lo terrorífico, ciertamente atenuado por la recurrente ondulación de los contornos de las letras que se asocian a los efectos mil veces aplicados a los titulares de las películas de este género comúnmente denominadas de *serie B*. El color verde actúa aquí entonces como un convencionalismo que alude a una suerte de fantasmagoría alienígena.

INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS DE TIPO COGNITIVO INDICIAL

Los elementos interventores de tipo cognitivo indicial comprenden situaciones que inciden en el texto, cargándolo de significación, pero cuya presencia por sí sola no completa el significado sino que alude a él de manera sugestiva, siendo el receptor del mensaje el que justifica y define la completitud del mensaje. El espléndido logo de José María Mir como elemento identificador para la presidencia española en la Unión Europea en el año 1995 (FIG. III.1.39) es un ejemplo magistral. El único carácter que aparece es precisamente la inicial del nombre del país expresado en su lengua natural. La utilización de un glifo de caja baja aligera la carga de la apariencia severa e institucional e infunde cercanía y complicidad a la lectura del logo. Su disposición centrada con respecto al círculo de estrellas que lo rodea expresa a las claras la posición destacada que con respecto a los otros países de la Unión privilegiaba a la nación española en el transcurso de su responsabilidad institucional. Los colores rojo y amarillo dorado señalan a los colores

emblemáticos del país. Pero sobre todo la aportación auténticamente genial de Mir consistió en la inédita inclusión de una vírgula sobre el carácter /e/ que alude evidentemente al carácter /ñ/, no presente en el conjunto del logo, pero sí indicado por esa tilde y que además apunta hacia un carácter si no exclusivamente español, sí desde luego absolutamente representativo de la lengua castellana actual.

Del mismo modo el logotipo del establecimiento comercial del ramo textil *Sfêra* (FIG. III.1.40) incluye al comienzo y al final de su corta cadena de caracteres dos elementos tipográficos, un paréntesis de apertura y otro de cierre respectivamente, que aun siendo tales elementos tipográficos no obstante pierden su condición de tales por la inusualidad de sus posicionamientos. Por un lado el espacio que los separa del nombre comercial es suficientemente amplio como para violentar su correcta ortotipografía, pero sobre todo es el giro que presentan, con un eje de rotación en el centro del logo, lo que los separa en mayor grado de su condición de signos diacríticos. Ese alejamiento inusual sumado a la ligera rotación que presentan aluden a un espacio circular, o esférico, un juego gráfico de sugerencias que se imbrica con la literalidad del nombre de marca, resultando de ello un conjunto de intervenciones de carácter indicial que añaden valores al texto, al que modifican semióticamente.

INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS DE TIPO NO COGNITIVO CON INTENCIÓN EXPRESIVA

Las intervenciones no cognitivas actúan sobre la forma tipográfica añadiendo valores con los que modifican su perfil expresivo, pero utilizando recursos que dependen de los valores de la forma, del color, de la textura o de la composición, principalmente, en abstracto. Esto es, sin que se recurra a ninguna estrategia gráfica que dependa de la condición cognitiva, ya sea ésta icónica, simbólica, convencional o indicial.

El magnífico ejemplo del fanzine *El País imaginario* es un buen exponente de ello (FIG. III.1.41). Este fanzine, que dejó de editarse en papel hace algunos años, era un pequeño suplemento dominical muy breve que se adjuntaba entre las hojas de su hermano mayor, el diario *El País*. En él la noticia se transmutaba y se convertía en objeto lúdico desde el que ironizar lúdicamente sin las tensiones de la responsabilidad de la objetividad informativa. Era un espacio singular, un coto, donde la imaginación hacía de las suyas en un espacio reservado dentro de los límites que separaban la severa realidad informativa de su hermano mayor de la juguetona ficción de su apéndice lúdico. Para expresar el espacio singular en el que se desarrollaban esos contenidos, donde el lector se posicionaba desde un ángulo visual diferente, contemplando la realidad desde el otro lado, volviendo la actualidad informativa del revés, la genialidad del

diseño del logo de la revistilla consistió en asumir el logo institucional del diario sin intervenir los contornos del conjunto tipográfico y sin recurrir a inclusión o sustitución alguna ni ningún otro recurso que implicase la alteración de la naturaleza gráfica del logotipo, salvo la acción del volteo sobre su eje vertical. Lo cual expresa con absoluta fidelidad esa disposición de colocarse en la otra orilla, contemplando desde el otro lado, sintiendo de algún modo la extrañeza de lo conocido de la misma manera que le ocurrió a la Alicia de Lewis Carroll cuando logró atravesar el plano del espejo en *Trough the looking-glass* para sumergirse en el mundo paralelo más allá de él y en el que los objetos, invertidos, se comportaban con ese raro extrañamiento de lo familiar. La intervención es genial en el sentido que expresa claramente los contenidos del fanzine pero también por el hecho de que, aún alterando por completo el logo de referencia sin embargo realmente no lo interviene en su propia arquitectura. La intervención es de tipo no cognitivo puesto que el recurso no se apoya en ningún referente cognitivo siendo el concepto que transmite tan sólo posible mediante recursos que intelectualizan el significado y lo expresan a través del potencial comunicativo de la forma en abstracto.

En este proyecto de cartel para una campaña publicitaria de concienciación social contra la homofobia (FIG. III.I.42) el texto que encabeza la composición acompaña el significado de la imagen y la escenifica, subrayando el mensaje. En la imagen tenemos dos personas del mismo sexo, vestidas del mismo color, con una vestimenta no idéntica pero sí similar, con peinados parecidos, rasgos y edades dentro de un mismo rango, y ambas sentadas en el suelo en actitud cómoda y casual, encaradas la una a la otra como si contemplaran una imagen especular de sí mismas. Esa misma coincidencia de rasgos se expresa en el tratamiento de la tipografía. Una intervención tipográfica consistente en repetir, voltear y desplazar el texto clonado según un eje de simetría especular en la dirección horizontal, permite al texto mirarse a sí mismo, encontrándose y definiendo un conjunto equilibrado, apacible y armónico. Esta intervención en el texto, que expresa el feliz encuentro entre dos sucesos diferentes pero iguales en serena armonía, se ha resuelto mediante procedimientos no cognitivos que determinan el alcance de sus significaciones en un contexto específico dado. Además otro tipo de intervenciones de diferente naturaleza se dan en ese texto, como el tono evanescente del relleno de los glifos que se asocia con la gama cromática de la imagen en su conjunto, o el generoso *track*⁶ que abre el interletraje más allá de

6 Se refiere este término al espacio vacío que acompaña a un carácter a la izquierda y a la derecha de su *qj*, es decir, de la propia forma de la letra. Dos espacios de *track* contiguos entre dos letras adyacentes suponen el espacio intercarácter. En la terminología clásica de los tipos móviles de imprenta a estos espacios se los denomina *prosas*, y se correspondían con los *hombros* que partiendo desde el plano del *qj* tipográfico llegaban hasta el plano del *contratipo*.

(Sfera)

FIG. III.I.40

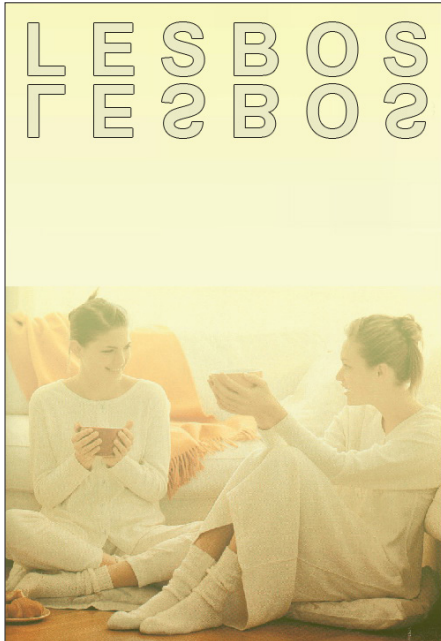


FIG. III.I.42



FIG. III.I.41

UNITY CENTER
A CHURCH OF POSITIVE PRAYER

FIG. III.I.43

FIG. III.I.44



FIG. III.I.40. Logo identificador de un establecimiento comercial del ramo textil.

FIG. III.I.41. Primera página de la revista *El País Imaginario*.

FIG. III.I.42. Proyecto de cartel para una campaña publicitaria de concienciación social contra la homofobia.

FIG. III.I.43. Logo de la asociación religiosa *Unity Center*.

FIG. III.I.44. Soporte de prensa en página completa.

lo reglado y que le añade un cierto carácter etéreo y sutil, en connivencia con la imagen a la que acompañan. Y el uso de caracteres de caja alta en tipo *romano*⁷ junto con el potente grosor de las astas denotan la firmeza de la reivindicación.

El logo de la asociación religiosa *Unity Center* (FIG. III.I.43) emplea sin embargo intervenciones de tipo cognitivo icónico en el enlace de los dos caracteres /T/ coincidentes según un eje vertical en los cuales el carácter superior ha prolongado su asta vertical por debajo de la línea de base uniéndose con su homóloga del carácter de la línea inferior que a su vez ha desplazado el asta horizontal para ofrecer la apariencia reconocible de una cruz latina. Este segundo carácter /T/ se inscribe en un círculo que al mismo tiempo que define el límite del brazo corto de la cruz latina alude también al disco solar como símbolo de energía radiante, o al aura de santidad que suele rodear en la iconografía religiosa a los sucesos de significación divina. Intervenciones estas últimas que podrían considerarse de tipo cognitivo simbólico por la descryptación hermenéutica que necesitan para su interpretación. Pero un tercer tipo de intervención tipográfica se encuentra presente en este logo, y esta vez de tipo no cognitivo. El carácter de unión comunitaria que queda literalmente expresado en el propio nombre institucional, *Unity*, se sugiere visualmente mediante la unión de los trazos de las parejas de caracteres /N,E/ /I,N/ /T,T/ /Y,E/ a la vez que por la fusión por solapamiento de la pareja /U,C/. Conexiones y solapamientos que son posible por el reducido interlineado del texto. El efecto de unidad mediante el recurso tipográfico del solapamiento se acentúa también mediante la fusión del círculo de aura alrededor de la cruz latina y el par de glifos contiguos /N/ y /E/.

Otro recurso interventor de tipo no cognitivo lo encontramos en este anuncio de prensa de página completa (FIG. III.I.44) en el que el texto se presenta en posición invertida a causa de un giro de ciento ochenta grados a partir de su posición reglada. Inmediatamente percibimos que los personajes de la imagen en el anuncio se encuentran originariamente cabeza abajo pero la fotografía se ha girado hasta hacerlos aparecer con sus rasgos faciales en la disposición de reconocimiento habitual. La imagen sugiere la explosión de alegría de unos personajes que por un momento han abandonado la rutina de sus posicionamientos, volviendo el mundo del revés y prescindiendo de los convencionalismos de lo reglado. El texto, en efecto, escenifica también la actitud de estos personajes y, en actitud de complicidad y para participar del sentimiento

7 La denominación de *romana* no se refiere aquí a uno de los grupos de la clasificación tipológica de Francis Thibaudeau, sino a la apariencia de un diseño tipográfico cuando sus glifos tienen sus ejes en posición vertical.



FIG. III.I.45



FIG. III.I.46



FIG. III.I.47



FIG. III.I.48

lúdico, rompen la rutina reglada de sus ubicaciones invirtiendo sus posicionamientos girando ciento ochenta grados a partir de su posición natural. Se trata entonces de un claro recurso de intervención tipográfica de carácter no cognitivo que expresa mediante una estrategia recursiva abstracta el concepto que interesa.

INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS DE TIPO NO COGNITIVO SIN INTENCIÓN EXPRESIVA

Si bien puede parecer incongruente, en el marco de un trabajo que analiza la semiótica de la forma del texto, que nos refiramos a situaciones de intervención tipográfica en la que la voluntad expresiva se encuentra ausente, sin embargo la proliferación de conjuntos tipográficos que presentan rasgos personalizados por la mera declaración de su voluntad diferenciadora hace aconsejable por varios motivos su consideración. En efecto el concurso de intervenciones por adición, sustracción, sustitución, cromatismo, texturación, etc., que se observa en algunos conjuntos tipográficos es perfectamente plausible aunque estos insertos no añadan valores a la letra, siempre y cuando se justifique su presencia por su función personalizadora. Así puede suceder curiosamente en ocasiones en algunos logotipos, exponente máximo sin embargo de la semiótica tipográfica moderna, tal como habíamos comentado al comienzo de este capítulo cuando analizábamos las funciones pragmáticas y hermenéuticas que podían acompañar a estos elementos de difusión e identificación corporativa. De este modo ocurre con el ubicuo logo de *Coca-Cola* (FIG. III.1.45), en el que las evidentes intervenciones tipográficas que acompañan al texto lo personalizan, facilitando su identificación y diferenciación, pero sin aportar carga significativa alguna. La ruptura del texto en dos bloques, las diferentes alturas de sus *líneas de base*⁸, el extraño remate terminal del primer carácter /C/ y el bucle de la segunda /C/ que acaba penetrando el contrapunzón del glifo /l/ son juegos caprichosos de fantasía que en modo alguno cargan de contenidos al conjunto del texto. Es conveniente advertir aquí de uno de los peligros que acompaña a la actividad del semiólogo tipográfico. Cualquier suceso interventor añade significaciones a la literalidad del texto en tanto en cuanto esos valores se perciben con cierto carácter de inmediatez, naturalidad e indolencia. Cuando los supuestos valores son el resultado de un fatigoso ejercicio intelectual en el que ha primado la voluntad de conceder significados, entonces el pretendido valor semiótico se torna esquivo y caprichoso, toda vez que su forzada percepción necesita de un extenuante discurso explicativo o depende de los diversos pareceres

8 La *línea de base* es una recta imaginaria que orientada horizontalmente se constituye en la pauta sobre la cual reposan los diferentes caracteres de una línea de texto, o expresado técnicamente, los puntos de base de cada uno de sus glifos.



FIG. III.1.49

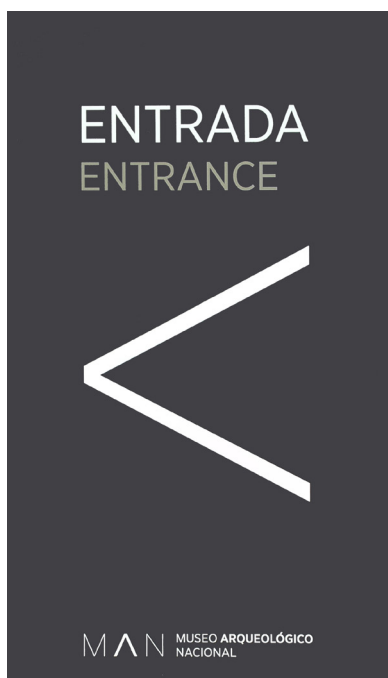


FIG. III.1.50



FIG. III.1.51

FIG. III.1.49. Logotipo de *Tang* (actualmente en desuso).

FIG. III.1.50. Señalética del Museo Arqueológico Nacional de Madrid.

FIG. III.1.51. Logotipo del Museo Arqueológico Nacional de Madrid.

de los sujetos receptores, considerados de manera individual. El valor de adición del texto ha de producirse de modo indoloro, emitiendo natural e inadvertidamente el mensaje que aquellos recursos inoculan en él. El proceso comunicacional, que ha de producir sus efectos en un flujo fluido liberado de la traba intelectual consciente, es en realidad procedimentalmente complejo, y en lo que respecta a las percepciones que un objeto semiótico ha de provocar en el *target*⁵ hay que tener en cuenta que la factibilidad de dicho proceso sólo es oportuna cuando la recepción del mensaje es inmediata e involuntaria, en una especie de acto reflejo, y sobre todo –y esto es especialmente relevante– cuando dicha percepción se produce en la esfera idiosincrásica del público receptor específico para el cual la transferencia comunicativa en cuestión ha sido articulada, y esto incluye tanto la determinación del mensaje como los recursos de intervención que lo traducen.

La corporación *Nestlé* es actualmente una de las compañías agroalimentarias mejor posicionadas en el panorama del consumo internacional. Su logo (FIG. III.I.46) está construido a partir de una fuente no especialmente pregnante, pero la prolongación del asta final del carácter /N/, que se quiebra en ángulo recto acogiendo a los dos caracteres contiguos y alineándose con la tilde del último de ellos, lo valida a nivel pragmático por la cualidad personalizadora que lo diferencia de otros logos que emplean recursos similares. La intervención no añade valores semióticos al conjunto y podemos considerarla por ello de tipo no cognitivo y sin carga expresiva. Sucede lo mismo con el logo *Nescafé* (FIG. III.I.47), que con una tipografía diferente pero con una intervención prácticamente idéntica, lo personaliza. Pero he aquí que debemos considerar una circunstancia ciertamente peculiar. Tanto el primer logo como el segundo se intervienen con recursos diferenciadores, sí, pero no cognitivos. Pero si tenemos en cuenta que Nestlé es una corporación creada a finales del siglo diecinueve y que a finales de la primera mitad del siglo siguiente lanza un nuevo producto llamado Nescafé, entonces la consideración de sus naturalezas expresivas cambia. La razón de ese cambio es que, probablemente, la razón de que el logo de Nescafé recurra a la misma intervención gráfica que el logo de la corporación a la cual pertenece sea por la voluntad de sugerir su pertenencia institucional. Y en ese caso la intervención tipográfica de Nescafé sería de tipo cognitivo icónico en tanto que señala, mediante una referencia gráfica cognoscible, su dependencia corporativa. Prolongaciones de astas y cubrición de caracteres contiguos son recursos que están presentes también en el logotipo de Sucaryl (FIG. III.I.48), un producto edulcorante cuya naturaleza interventora, en principio no cognitiva

y carente de función significativa, se torna cognitiva icónica toda vez que consideramos al producto una creación corporativa de la marca Nestlé.

El antiguo logotipo de *Tang* (FIG. III.1.49), una bebida refrescante que se expende en polvo soluble en agua, presenta una tipografía relativamente diferenciadora que se interviene decididamente por la fusión vinculante entre las astas finales de los glifos /n/ y /g/. En un primer instante la intervención es de tipo no cognitivo sin intención expresiva pues su presencia no aporta valores de expresividad al conjunto tipográfico. Aunque en este caso particular, y si tenemos en cuenta las cualidades solubles del producto, el carácter de fusión y de fluidez determinado por la vinculación formal de los dos caracteres, acentuado por la dinámica curvatura de los rasgos de las propias letras, puede hacer en cierto modo referencia expresiva a la naturaleza del producto. Y en ese caso la valoración del recurso interventor sería no cognitiva con intención expresiva.

Por último, el anagrama identificativo *MAN* (FIG. III.1.50), recientemente creado para el Museo Arqueológico Nacional de Madrid tras su espléndida remodelación, se conforma según una gráfica simple y efectiva en la que el carácter central se destaca de sus contiguos por su peso visual, ligeramente más marcado, y por la ausencia del asta transversal. Más allá de ello ninguna intención expresiva parece justificar la intervención del texto, pudiendo ser considerado con toda propiedad un recurso interventor de tipo no cognitivo sin intención expresiva. La única observación que podríamos añadir con respecto a la presencia destacada del carácter /A/ transfigurado en el anagrama del Museo Arqueológico Nacional es el oportuno uso que de él se hace, reutilizándolo como parte de la señalética de orientación del propio museo (FIG. III.1.51), lo que no altera para nada en este caso su consideración como intervención no cognitiva carente de valores de expresión adicionales.

LIBRO III. ANÁLISIS Y CLASIFICACIÓN DE LA
CASUÍSTICA ESTRATÉGICA DE LA TIPOGRAFÍA

ACTORES DE LA SEMIÓTICA TIPOGRÁFICA
1. ELEMENTOS TIPOGRÁFICOS

LA ELECCIÓN DE LA FUENTE TIPOGRÁFICA resulta en sí misma un recurso de intervención tipográfica en tanto que la propia forma del glifo, al ser un suceso configurado según la articulación determinada de un conjunto de formas, es susceptible de vehicular significaciones. Para analizar el potencial comunicacional de la forma del glifo partiremos de una de las clasificaciones históricas de la tipografía que consideramos de mayor interés para los comunicadores gráficos, la clasificación de Francis Thibaudeau, un tipógrafo francés que en 1924 estableció una de las primeras taxonomías que intentaba organizar la diversa casuística tipográfica tomando como base la apariencia general del glifo¹. No obstante, y al objeto de optimizarla, hemos intervenido en parte su razón taxonómica al objeto de acomodarla a la idiosincrasia actual. La de Thibaudeau tiene la ventaja sobre otras clasificaciones de ofrecer una paleta extremadamente breve lo que por un lado es un alarde clasificatorio y por otro facilita la coherente ordenación de la casuística. La clasificación de Thibaudeau, por otro lado, abarca los glifos de uso en la cultura occidental de base latina, que son precisamente los que constituyen el objeto de nuestro interés.

La sistemática se compone de tan sólo cinco grupos que organizan las decenas de miles de fuentes tipográficas en el mercado actual por su aspecto y comportamiento general. Cada uno

1 Las clasificaciones tipológicas de las fuentes tipográficas se han venido sucediendo a partir de las primeras décadas del siglo pasado. La del francés Francis Thibaudeau es una de las más acertadas en tanto en cuanto que su paleta es restringida, y el criterio que la alimenta –puramente gráfico– la hace especialmente interesante para aquellos profesionales de la gráfica que trabajan habitualmente con el elemento tipográfico. Una buena relación de las características de cada uno de los grupos de los que se compone la clasificación la podemos encontrar en

MARTÍNEZ DE SOUSA, José. *Manual de edición y autoedición*. Ed.Pirámide. Madrid, 2008. p.120 ss

Por su parte Joep Pohlen analiza exhaustivamente cada uno de los grupos y subgrupos de la clasificación tipológica del también francés Maximilien Vox en

POHLEN, Joep. *Fuente de letras*. Ed.Taschen. Colonia, 2011. p.50 ss.



ROMANA

FIG. III.2.1.1



GROTESCA

FIG. III.2.1.2



EGIPCIA

FIG. III.2.1.3



manuscritas

FIG. III.2.1.4



FANTASIA

FIG. III.2.1.5

de estos grupos, basados en unas peculiaridades formales comunes, lleva aparejada *grosso modo* una aptitud expresiva diferente, como veremos. Los grupos llevan los nombres de Romanas, Grotescas, Egipcias, Manuscritas y Complejas. Las Romanas abarcan todas aquellas fuentes tipográficas que se emparentan formalmente con la arquitectura de los caracteres de la antigüedad clásica latina, desde la lapidaria imperial romana, pasando por su recuperación histórica en el periodo renacentista y recogiendo a partir de ahí todas aquellas pólizas y diseños tipográficos posteriores que se construyen fundamentalmente a partir del canon clásico latino (FIG. III.2.1.1). Por su parte el grupo de las Grotescas abarca todas aquellas fuentes tipográficas que presentan una ordenación estructural basada por un lado en la simplicidad geométrica y por otro en la carencia de remates en los finales de las astas (FIG. III.2.1.2). Las Egipcias manifiestan su peculiaridad por la presencia de unos sólidos remates de aspecto generalmente cuadrangular y, muy frecuentemente, por su fuerte peso visual debido al grosor generoso de las astas (FIG. III.2.1.3). El grupo de las Manuscritas se compone de todas aquellas fuentes que por su aspecto recogen el gesto del trazo caligráfico manual. Presentan un ductus muy acentuado y un aspecto de dinamicidad que las distancia de las fuentes construidas a partir de una razón arquitectónica próxima a un concepto de ingeniería (FIG. III.2.1.4). Y en último lugar tendríamos el grupo de las Complejas, que abarca un extenso y variopinto conjunto de familias tipográficas cuyo denominador común reside en el fuerte componente ornamental y en la complejidad arquitectónica que las articula (FIG. III.2.1.5). Dos de los grupos citados se dividen a su vez en varios subgrupos que aun conservando las características propias del grupo al que pertenecen presentan diferencias que las identifican especialmente, permitiendo la subclasificación. El grupo de las Romanas se subdivide en Clásicas y Modernas. El subgrupo de las Clásicas es en conjunto bastante fiel al modelo canónico de los tipos lapidarios latinos tanto de la Antigüedad Clásica como del Renacimiento (FIG. III.2.1.6), principalmente por la moderación de su *contraste de modulación*² y por el aspecto tradicional de los *serifs*³. El subgrupo de las Romanas Modernas contrasta con el de las Clásicas precisamente en aquellos dos aspectos fundamentales que definen a éstas, esto es, en el contraste de modulación y en el aspecto del remate terminal o serif (FIG. III.2.1.7).

2 El *contraste de modulación* es la razón que existe entre los grosores de las astas de una fuente que presenta una combinación de trazos delgados y gruesos en su arquitectura. Los contrastes de modulación en la forma de la letra provienen de las capitales lapidarias latinas de la época imperial.

3 Los *serifs*, también llamados *bigotillos* o *serifas*, son unos remates que aparecen en el extremo de los trazos de las fuentes tipográficas del tipo Romana, según la terminología de la clasificación de Thibaudeau.



ROMANA

FIG. III.2.1.6



ROMANA

FIG. III.2.1.7



manuscritas

FIG. III.2.1.8



manuscrítas

FIG. III.2.1.9



manuscrítas

FIG. III.2.1.10

El contraste de modulación de las Modernas es muy marcado, con una diferencia entre trazos delgados y anchos muy evidente, y el aspecto del remate terminal es de carácter lineal, en lugar del serif en forma de bigotillo típico de las Clásicas. El grupo de las Manuscritas se divide a su vez en tres subgrupos, las Estructuradas, las Espontáneas y las Góticas. Las Manuscritas estructuradas tienen un canon muy reglado y presentan el aspecto de una caligrafía de estricta articulación (FIG. III.2.1.8). Las Espontáneas tienen un canon desestructurado y su aspecto suele ser mórbido y dinámico (FIG. III.2.1.9). Y por último las Góticas presentan los perfiles propios de las caligrafías de los periodos tardomedievales y del renacimiento temprano (FIG. III.2.1.10).

Considerando en abstracto las características formales que definen a cada uno de estos grupos y subgrupos podríamos hablar de cierto potencial expresivo que les es común a cada uno de ellos. Por su parte las Romanas exhiben en sus perfiles valores de tradicionalidad, elegancia, majestuosidad, protocolo, dignidad, etc., sobre todo en el subconjunto de las Clásicas, mientras que las Modernas combinan estos valores con los de cierta modernidad y actualidad no exentos de un tono clasista propio del grupo general al que pertenecen. Esa cierta modernidad proviene de sus arquitecturas que, a diferencia, de las Clásicas, tiene un efecto reduccionista y sintetizador que las acerca a una estética contemporánea. Mientras que las Clásicas heredan los perfiles de la lapidaria imperial de la antigüedad romana y la articulación racionalizada de los glifos de los tratados renacentistas italianos del Renacimiento, las Romanas Modernas comienzan a formarse históricamente sobre todo a partir de finales del siglo XVII con la iniciativa del proyecto de la *Romain du Roi* francesa bajo el gobierno del rey Luis XIV de Francia. Una cierta mecanización de la forma influenciada por el rigor del racionalismo de la Ilustración provocará una genética de cierta constricción en la forma del glifo que desembocará en la creación de los tipos Bodoni muy a finales del siglo XVIII, plenamente ya Romanos Modernos, y que se utilizarán con amplitud y no sin excesivo desahogo en la cartelería de difusión del siglo XIX.

Las fuentes Grotescas, un término originariamente despectivo con el que fueron etiquetados estos tipos surgidos sobre todo en la Inglaterra de finales del siglo XVIII⁴, tienen un perfil arquitectónico reduccionista y simplificador que sumado a la ausencia de remates en los extremos de

4 La voluntad de desprecio hacia las fuentes del tipo *Grotesca* se deben a su tardía incorporación en el paisaje tipográfico de la Europa occidental. Su procedencia es griega y se debe a la recuperación del legado cultural de Grecia tras la relajación del yugo turco hacia finales del siglo XVIII y a la simultánea curiosidad arqueológica de la época. Las mejores reflexiones sobre el origen de esta poética tipográfica en suelo occidental las ha hecho James Mosley.

MOSLEY, James. *Sobre los orígenes de la tipografía moderna*. Ed.Campràfic. Valencia, 2010

las astas prestan a estas fuentes una apariencia de modernidad, sinceridad, cercanía, transparencia, fiabilidad e inmediatez. El origen de esta arquitectura tipográfica, bien diferente a la presencia de la clásica latina, se encuentra en la antigua lapidaria helénica y muy especialmente la del periodo clásico. La liberación de Grecia del imperio turco a principios del siglo XIX y el aflojamiento del yugo imperialista que se venía produciendo ya desde finales del siglo anterior, unido al desarrollo de la actividad arqueológica en el siglo XVIII, determinaron la apertura de Grecia a la Europa occidental y el conocimiento de su riqueza cultural y, con ello, el reconocimiento también de sus formas escritoras antiguas. A pesar del descrédito con el que fueron recibidas estas formas tipográficas por un público acostumbrado a la faz de la latina, con pronunciada modulación y remates clásicos, fueron muy utilizadas en la producción impresa del siglo XIX, sobre todo en cartelería, y será a partir del siglo siguiente durante el periodo de las hoy llamadas vanguardias históricas cuando las corrientes sintetizadoras del purismo francés, el racionalismo alemán, el constructivismo soviético, el neoplasticismo holandés y otros ismos las popularizaron. A partir de la segunda posguerra el estilo internacional suizo las popularizó, integrándose luego de pleno en la estética contemporánea de los medios de difusión gráficos. Hay que aclarar con respecto a este grupo de las Grotescas que existe un error muy extendido que consiste, de manera inaudita, en insistir en que uno de los condicionantes formales que define al grupo es la continuidad del grosor del trazo de las astas, es decir la ausencia de modulación. Esto es absurdo sencillamente por lo evidente que resulta su desmentido. Si ello fuese así quedarían fuera del grupo de las Grotescas más del cincuenta por ciento del volumen de fuentes que lo componen, que por otra parte no podrían clasificarse en ninguno de los otros grupos por sus peculiaridades típicamente grotescas. Es curioso, y queremos achacarlo a un despiste puramente ocasional, que estudiosos como Martínez de Sousa mencionen esa circunstancia como característica general del grupo.⁵

Los tipos Egipcios, con su enigmática y en principio incongruente denominación, se definen por sus pesos visuales potentes y sus prominentes remates tacudos. Suelen emplearse en situaciones en las que es preciso resaltar cualidades de masculinidad, fortaleza, robustez, hermetismo, potencia o tosquedad. Son también frecuentemente empleadas como recurso cognitivo icónico

5 Efectivamente Sousa declara en su manual sobre maquetación editorial que las Grotescas, que él llama de palo seco o palo bastón, «se caracteriza por poseer astas de grosor uniforme...». Con lo cual estamos en absoluto desacuerdo, habida cuenta de la enorme proliferación de tipos grotescos con modulación, o sea de grosor no uniforme, que existe en el paisaje tipográfico cotidiano. MARTÍNEZ DE SOUSA, José. *Manual de edición y autoedición*. Ed. Pirámide. Madrid, 2008. p. 122

en aquellas ocasiones en las que es preciso referenciarse a la estética del Far West norteamericano. Pero su presencia en ese contexto espacio-temporal no define en absoluto su procedencia sino que se justifica tan sólo porque las escenografías hollywoodienses a partir de las cuales conocemos en Europa el contexto del Lejano Oeste norteamericano se produce cronológicamente en el siglo XIX, siglo en el cual comienzan a aparecer en la cultura occidental estas formas tipográficas singulares. La primera póliza de tipos móviles que puede llamarse propiamente de tipo egipcio se comercializó a mediados del siglo XIX, lo que significa que sus perfiles ya se conocían desde hacía varias décadas. Un antecedente de los tipos egipcios, en lo que respecta a la sobredimensión de sus remates, puede rastrearse en los punzones de William Caslon de la primera mitad del siglo XVIII.

Por su parte los tipos Manuscritos recogen en su hechura el gesto personal del escribano por lo que todas las fuentes recogidas en este extenso grupo presentan en mayor o menor medida la evidencia del ductus caligráfico. La expresión que se deriva de estas fuentes es diversa, en principio tan diversa como su propia subclasificación en tres apartados. Pero en general se puede decir que las fuentes Manuscritas expresan fluidez, continuidad, personalización e intimidad. El subgrupo de las Manuscritas Estructuradas, definidas por su aspecto canónico y bien articulado, expresan elegancia, equilibrio, claridad, distinción y rango. Su aspecto depende del modelo histórico al cual se refieren. Las Manuscritas Espontáneas, con su articulación desestructurada y su aparente aleatoriedad expresan versatilidad, jovialidad, energía, visceralidad y oportunidad. Y en cuanto a las Manuscritas Góticas, cuyo aspecto se conforma según la estética de los tipos caligráficos de la Baja Edad Media y del Renacimiento temprano, su potencial expresivo se centra muy especialmente en su poder de referencia a los periodos históricos a los cuales pertenecen. Expresan por tanto medievalismo, religiosidad, antigüedad, anacronismo o fiabilidad. En cuanto al concepto de anacronismo hay que decir que la percepción de este u otros valores depende en gran medida del público receptor pues, por ejemplo, un tipo gótico Fractura no expresará lo mismo para un público español que para otro de base cultural germánica. La razón es que el uso de los tipos góticos en el área germánica no ha declinado en la etapa contemporánea. Por tanto entonces, la percepción de las tipografías goticistas como referente histórico-temporal es diferente según la base cultural del grupo de recepción.

En último lugar se encuentran las fuentes que corresponden al grupo de las Complejas, caracterizadas por una arquitectura con una fuerte carga ornamental o con una articulación especialmente elaborada. El grupo es tan diverso que es difícil, o arriesgado, relacionarlo con valores

expresivos más o menos específicos, pero en general su apariencia es caprichosa, diferenciadora, excesiva y muy personal. Su carga ornamental puede conllevar un componente estético de origen histórico, o bien deberse al puro capricho estético. Pero su artificio articular puede también derivarse de la tecnología del soporte sobre el cual se produce la lectura de la letra; como por ejemplo en el caso de los paneles electrónicos, cuya materialización obliga al planteamiento de una trama reticular sobre la cual aparecerán las letras. Las fuentes ornamentales comenzaron a surgir a partir de principios del siglo XIX como consecuencia del uso indiscriminado de los soportes impresos para la difusión mediática de espectáculos públicos o de bienes de consumo a raíz del crecimiento demográfico urbano y del desarrollo del maquinismo industrializador propios de la centuria. A partir del último tercio de ese mismo siglo el perfeccionamiento de las técnicas litográficas y su adaptación a los procedimientos gráficos industriales permitió el despegue definitivo de los tipos ornamentales y sus consecuencias en la libre intervención y reinterpretación de los glifos durante todo el siglo siguiente.

Independientemente de la pertenencia a una u otra agrupación tipográfica, y de la carga semiótica consecuente, el potencial expresivo de una fuente tipográfica depende de la propia apariencia formal de la fuente en sí misma con la correspondiente carga significativa que a partir de sus perfiles se derive, estableciendo con ello un subgrupo que denominaremos aquí *Tipo de fuente*. Un segundo subgrupo denominado *Configuración del texto* contempla aquellos ejemplos que juegan con el uso de los signos diacríticos, pudiendo ser dicho uso de carácter ortodoxo, si no violenta las normas del lenguaje, o heterodoxo si las contraviene con función expresiva. Un tercer subgrupo llamado *Configuración de la fuente* analiza los recursos de configuración exclusivamente tipográficos que pueden aplicarse a la fuente y que la resignifican, tales como la manipulación del *track*⁶, el *kern*⁷, la interlínea, el espesor⁸, la cursividad⁹, la elección de la caja¹⁰,

6 El *track* son los espacios vacíos que se sitúan a izquierda y derecha del *ojo* tipográfico, es decir de la propia forma visible de la letra. Esos espacios vacíos, al unirse con los homólogos de los glifos contiguos en una línea de texto, determina el espacio intercarácter de la fuente. El término *prosa* es equivalente al término *track*.

7 Se conoce como *kern* al espacio intercarácter entre una pareja concreta de glifos. En las cadenas tipográficas de corta extensión y con una función gráfica relevante es frecuente tener que recurrir al ajuste fino de estos espacios.

8 El *espesor* tipográfico es la medida horizontal de la huella tipográfica más los dos espacios de *track*, o *prosa*, que la flanquean.

9 El concepto de *cursividad* se presta a confusión en el ámbito terminológico de lo tipográfico. En este caso en concreto nos referimos con cursividad al aspecto que presenta la fuente cuando sus ejes principales se inclinan. Por otro lado el término puede referirse también, en otros contextos tipográficos, a la presencia de *ductus* caligráfico en una fuente.

10 La *caja* de una fuente puede ser *alta* o *baja*. Los tipos de caja alta son los glifos en mayúscula, mientras que los de caja baja

el peso visual¹¹, el cuerpo tipográfico, la participación de caracteres no alfanuméricos, etc. La intervención por configuración de la fuente puede ser a su vez ortodoxa o heterodoxa, según si el juego interventor se produzca con un carácter reglado o no.

A su vez el subgrupo *Tipo de fuente* puede subdividirse en cuatro categorías diferentes. La primera de ellas contempla el potencial comunicacional de la fuente en abstracto, la segunda recoge la utilización de los tipos de fuentes que deben su expresividad a su referente cultural, pudiendo ser dicho referente de carácter histórico o cultural, la tercera atiende a su filiación estética y la cuarta la contempla como elemento comunicativo a partir de su referencia objetual.

Sintetizando lo anterior en un esquema simple de las posibles situaciones interventoras según el uso de los elementos prooamente tipográficos, la ordenación queda como sigue.

Acción semiótica por la participación de elementos tipográficos:

1. Tipo de fuente
 - 1.1. Expresividad en abstracto
 - 1.2. Referente cultural cronológico
 - 1.3. Referente cultural estético
 - 1.4. Referente objetual
2. Configuración del texto
 - 2.1. Situaciones ortodoxas
 - 2.2. Situaciones heterodoxas
3. Configuración de la fuente
 - 3.1. Situaciones ortodoxas
 - 3.2. Situaciones heterodoxas

Para una mejor comprensión de estos apartados, comentaremos una selección de ejemplos significativos pertenecientes a cada uno de ellos.

TIPO DE FUENTE. POTENCIAL EXPRESIVO EN ABSTRACTO

En el proyecto de una valla publicitaria para la difusión de un espectáculo de danza clásica española en el Teatro de la Maestranza de Sevilla (FIG. III.2.1.1 I), la fuente elegida, una romana

son minúsculas. La denominación deriva de la ubicación de estos glifos en las cajas de los chivales en cuyos cajetines los cajistas ordenaban las *suertes* tipográficas.

11 El *peso visual* de una fuente viene determinado por la densidad de su mancha, en concreto originada por el grosor de las astas de los glifos.



FIG. III.2.1.11



Mercedes-Benz

FIG. III.2.1.12



TRINITY
EPISCOPAL
CATHEDRAL

FIG. III.2.1.14

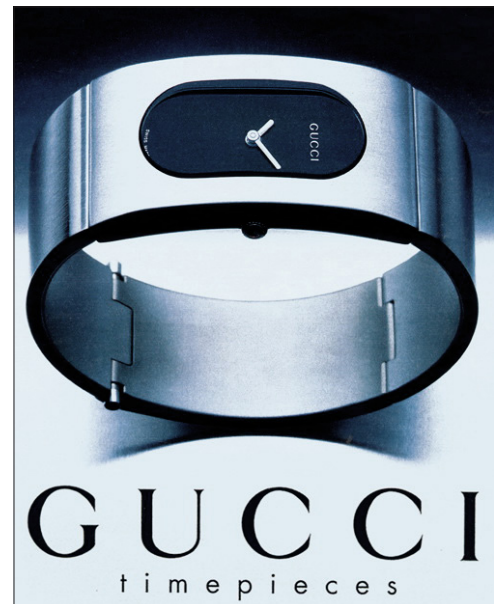


FIG. III.2.1.13

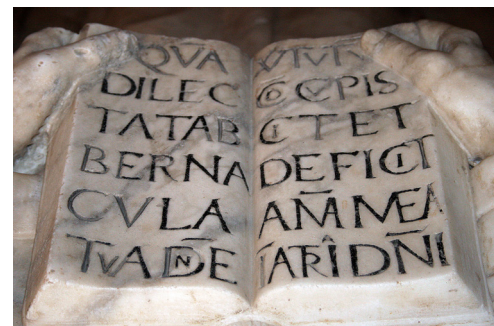


FIG. III.2.1.15

clásica, expresa la dignidad, clasicidad y respetabilidad del espectáculo. La majestad del texto es expresión también no sólo de los perfiles coyunturales de la representación sino por ende de las iniciativas programáticas del propio auditorio. La utilización de un tipo romano antiguo de modulación moderada y remates de corte clásico es adecuada a los propósitos expresivos del reclamo. Un tipo similar de romana clásica la encontramos también en este conocido logo de una firma automovilística (FIG. III.2.1.12). La alusión al clasicismo, e incluso a un cierto clasismo, de la corporación se escenifica por el uso de un tipo romano tradicional que a su vez es expresión de prestigio y de fiabilidad. La declaración de confianza del logo se vehicula a través del uso de una fuente cuyo clasicismo sugiere lo oportuno de aquello que por su permanencia se enraiza sólidamente en la experiencia del pasado, siendo expresión también de la durabilidad y la estabilidad. Conceptos todos ellos deseables en un objeto de consumo de este género. El empleo también de una fuente romana de corte clásico en el anuncio de prensa de un reloj de pulsera de una conocida firma (FIG. III.2.1.13) interpreta tipográficamente el prestigio y el tono clásico de la marca, a la vez que define al propio público al que el objeto se dirige. Pero en este caso el perfil clasicista se aligera mediante sutiles intervenciones gráficas en la tipografía que le aportan un cierto aire de moderna elegancia y discreta vanguardia. Los remates en los extremos de las astas simplifican mediante una geometría reductora la elaborada hechura de los serifs típicamente clásicos, a la vez que los extremos finales de las astas de los caracteres /C/ y el superior de la /G/ se han intervenido modificando su comportamiento clásico. Además de ello la generosa apertura del track separa los caracteres y produce un efecto de levedad al conjunto. Los valores añadidos de diseño, elegancia, ligereza, modernidad y síntesis se han logrado mediante estas modificaciones formales a partir de un canon clásico, y son un trasunto de los valores que sugiere el propio objeto en cuestión. La dignidad eclesiástica es vehiculada tipográficamente en este logo de una sede episcopal (FIG. III.2.1.14) por el empleo de una romana clásica, a la cual se han sumado otros recursos interventores. El juego de diferentes cuerpos tipográficos en las parejas de caracteres /R,I/ y /R,A/ señala a un paisaje tipográfico tradicional que puede rastrearse en la lapidaria de época renacentista (FIG. III.2.1.15) e incluso en textos de protocolo de la Antigüedad Tardía que están presentes en la cultura escritora visigoda ibérica (FIG. III.2.1.16) o en las franjas de texto de los evangelarios irlandeses anteriores al medievo (FIG. III.2.1.17). Por otro lado el capricho curvilíneo en las astas ascendentes y descendentes de los caracteres /A/ se remiten a los arcos ojivales tardomedievales y en general a la arquitectura de dignidad religiosa. Por último la decidida prolongación en el trazo inclinado de los glifos /R/ rememora la lapidaria



FIG. III.2.1.16



FIG. III.2.1.17

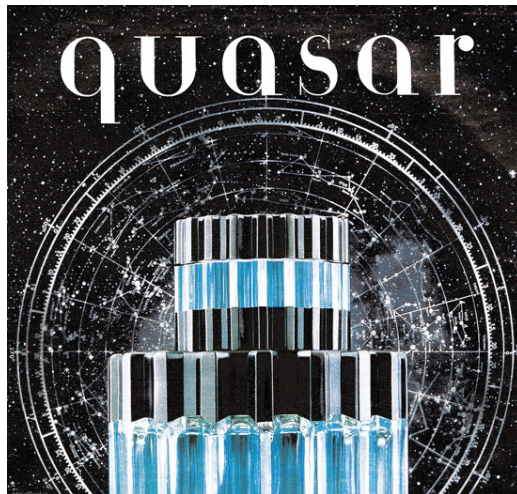


FIG. III.2.1.18



FIG. III.2.1.19

de la antigüedad latina de la época del Imperio. Un compendio de intervenciones que aunque exento de coherencia histórica funcionan a nivel de masas en tanto en cuanto despiertan en un imaginario poco exigente los referentes clásicos, perdurables y religiosos que probablemente se han pretendido expresar.

El logo de un perfume masculino (FIG. III.2.1.18) resuelto con un tipo romano aligera el fardo de su antigüedad mediante el uso de una fuente romana moderna. La pertenencia a este subgrupo de Thibaudeau se declara por el empleo de un poderoso contraste de modulación y de unos remates de aspecto lineal. La romana moderna posee en sí misma un carácter de mayor masculinidad que su hermana clásica, lo que beneficia al carácter varonil del producto. Una cierta mecanización de la arquitectura del glifo, común a las fuentes romanas modernas, y un eje de modulación vertical se orientan en la misma dirección, prestando austeridad al conjunto tipográfico. El efecto de modernidad se acentúa por el caprichoso comportamiento de los extremos superior derecho de los caracteres /a/ y /q/ con el decidido redondeo de los vértices naturales de esas letras. El glifo /u/ violenta su ritmo de modulación presentando de igual grosor sus dos astas verticales, en lugar de alternar los grosores concediendo mayor peso visual al asta izquierda, tal como es preceptivo. Y la decisión de elegir un *bouma*¹² /a/ de un solo nivel insiste en la esquematización formal reductora de cuya voluntad se impregna el rótulo. Por último los remates, fuertemente lineales, se rebelan a la configuración simétrica que le es natural en los extremos de los caracteres /q/ y /a/, sobresaliendo sólo a partir del contorno derecho del ancho del trazo. Todas estas intervenciones expresan los valores de masculinidad, sofisticación, glamour y modernidad que convienen a la ocasión y que se derivan de la apariencia formal de la fuente utilizada.

El estudio de diseño *Glazed expressions* (FIG. III.2.1.19) produce objetos de diseño y complementos para el hogar siempre con un aire divertido, colorista y desenfadado. El logotipo transmite estas sensaciones a partir del potencial expresivo de la gráfica de la tipografía en abstracto, sin recurrir a referentes estéticos, icónicos, simbólicos o historicistas de ningún tipo. El uso del color con un alto nivel de saturación expresa vivacidad, impronta. Las texturaciones variopintas del relleno de los glifos se comportan caprichosamente y definen el desenfadado del perfil de marca. Otro recurso de intervención tipográfica que incide en el aspecto jovial es la

12 Se conoce como *bouma* a la articulación fundamental que ha de tener el diseño de un carácter concreto para ser reconocido como tal. De la bondad del bouma depende, por tanto, la legibilidad.

TRAVELWORLD
Viaje con nosotros

FIG. III.2.I.20



FIG. III.2.I.21



FIG. III.2.I.22

dispar angulación de los ejes de los caracteres, que se inclinan aleatoriamente a izquierda y derecha infundiendo dinamicidad al rótulo. La utilización de caracteres de caja alta y caja baja mezclados sin razón aparente rompe el canon ortotipográfico y aporta al texto el valor de la espontaneidad. El propio trazo grueso que rodea el contorno de los caracteres y las áreas de relleno de la textura junto a la inconstancia de su grosor remiten a un trazado manual que alude a la manufactura personalizada y al gesto casual e irrepetible. Y la diversidad arquitectónica del conjunto de las letras del logotipo insiste en todos estos valores de espontaneidad, casualidad, diversidad, gestualidad, etc. Son todos ellos valores que proceden del potencial transmisor de la forma y el color por sí mismos, sin referencia alguna de carácter mimético.

El proyecto de un elemento de identificación visual corporativa para una agencia de viajes (FIG. III.2.1.20), a pesar de su aparente sencillez, registra y transmite las pulsiones que interesan a la corporación en cuestión. Por un lado quizá la intervención más evidente se encuentra en el uso de una fuente de eje inclinado, lo que le aporta un perfil dinámico afín al comportamiento que se espera de un negocio de este tipo. Esa dinamicidad viene reafirmada por la aplicación de un segundo recurso de intervención, el degradado lineal de dirección horizontal que ocupa el ancho total del conjunto tipográfico. El texto en mayúsculas imprime seriedad y fiabilidad, otros perfiles que son parte constituyente de la imagen mediática de la corporación. La fiabilidad se acentúa por el potente peso visual de los caracteres. Y la arquitectura simplista de los glifos, unido al uso de una fuente carente de modulación y sin remates en los extremos de las astas es expresión de la transparencia, la honestidad y el estilo directo y libre de circunloquios que se supone son parte también de la *imagen corporativa*¹³ deseada.

Otra fuente del tipo Grotesca es el fundamento para el logo de una de las marcas líder en el sector de la fotografía y la óptica (FIG. III.2.1.21). La rotundidad de su presencia se debe en gran medida al generoso grosor de las astas de las letras y al contraste del texto con el color de fondo. La tecnología de vanguardia que se atribuye a una firma de productos de este género, siempre en progresión, se expresa mediante la inclinación dinámica, en actitud de avance, de los ejes de los glifos. Los perfiles de seriedad y estabilidad por el empleo de los pesos visuales y el contraste fondo-forma se alivian con los caracteres de caja baja, que le infunden un aire

13 El concepto de *imagen corporativa* se confunde a menudo, en el ámbito del marketing publicitario, con las expresiones *identidad corporativa* e *identidad visual corporativa*. La *imagen corporativa* es la percepción que un público tiene de una corporación determinada. Para lograr que el público tenga una imagen favorable o conveniente de la corporación, ésta cuidará especialmente su *identidad corporativa*, y uno de los factores que actúan dentro de este apartado es la *identidad visual corporativa*.

de asequible complicidad. Y la amplitud del ojo medio de la fuente, que eleva notablemente la altura de las letras de caja baja sin astiles, insisten en el tono de amabilidad y de complicidad con la que el logotipo se presenta. Amabilidad y complicidad que a su vez se equilibra con el uso de un carácter de caja alta al comienzo del nombre y que añade cierta actitud protocolaria al logo. Por otro lado el empleo de una fuente del tipo Grotesca, sin modulación ni remates y de sencilla articulación geométrica le aporta valores de inmediatez, modernidad y eficiencia. También una Grotesca, pero con otros fines comunicacionales bien diferentes, está siendo utilizada en el texto principal de este proyecto de valla publicitaria para la organización no gubernamental *Greenpeace* (FIG. III.2.1.2.2). El anuncio, una enérgica llamada hacia la concienciación social contra el peligro de la tecnología nuclear, se compone de una serie de imágenes fotográficas en damero que exponen los riesgos medioambientales, sobre las cuales se solapa el título. El enorme cuerpo tipográfico utilizado es la transposición gráfica del elevado volumen de voz con el que la llamada a la conciencia está dicha. Su ubicación en el centro mismo del marco de la composición y el efecto de solapamiento por encima del fondo icónico acentúan la potencia del grito de socorro y relegan a un mero fondo de referencia, en segundo plano, al discurso de la imagen. Las mayúsculas potencian el efecto y eliminan cualquier rasgo de complacencia. El fuerte peso visual por el grosor de los trazos de las letras así como el aspecto marcadamente cuadrangular de la arquitectura del glifo expresan la severidad de la petición, que además literalmente emplea el uso de un tiempo imperativo que increpa con dureza al espectador. El tono desgarrado del grito de socorro deviene en gran medida del empleo del color de relleno, un irritante color amarillo de alta saturación. Y la fuminante inmediatez con la que parece estar dicha la frase se consigue por la extensión lineal relativamente estrecha que ocupa el conjunto tipográfico, derivada del reducido espesor de los caracteres así como de la reducción del track, que disminuye el espacio entre los caracteres. Estó último además cohesiona el conjunto y añade una firmeza que se suma a los valores homólogos que producen algunas de las intervenciones citadas. Todos ellos valores añadidos al contenido puramente literal del texto que, como vemos, se derivan de la capacidad comunicacional de las propias formas que articulan el glifo, sin que haya referencia alguna a elementos cognoscibles, así como a las configuraciones de carácter puramente tipográfico como el cuerpo, el espesor, el track y otros.

La utilización de letras de caja alta redundante, por lo general, en el aspecto de seriedad que ocasiona en el texto intervenido este tipo de recurso. Para paliar, si así conviene, la severidad de su presencia puede recurrirse a una suerte de intervenciones que actúan con ese fin. En ciertas

ocasiones alguno de estos recursos puede ser visualmente tan sutil que incluso a una mirada crítica interesada en los asuntos de la semiótica tipográfica puede pasar inadvertido. Aunque, advertido o no el recurso de manera consciente, el alcance de su influencia sobre la percepción del público objetivo se producirá más allá del umbral de la consciencia desplegando su influjo y justificando la oportunidad de su aplicación. Tal es el caso del uso de los caracteres en mayúscula que aparecen al comienzo de unos textos que encabezan los folletos de una campaña promocional anunciadora de los servicios de una entidad bancaria (FIG. III.2.1.23). El tono de corrección con el que se resuelven y el público tradicional al que la campaña va dirigida aconsejan el empleo de una mayúscula al inicio de frase, lo que sintoniza con las normas ortotipográficas de uso en el lenguaje escrito. Pero para mitigar la severidad de su presencia se ha empleado una fuente tipográfica que tiene una altura de caracteres de caja alta por debajo de la altura de los astiles ascendentes de los caracteres de caja baja. Esta peculiaridad no es preceptiva de los tipos grotescos, como el que se está empleando aquí, sino más bien de las fuentes del tipo lectura¹⁴ que fueron habituales a partir de las primeras pólizas tipográficas de tipos móviles de imprenta y hasta finales del siglo XVII, momento en el que la progresiva *mecanización*¹⁵ del diseño del juego de caracteres a partir de las fuentes derivadas del tipo de la Romain du Roi francesa puso de moda la coincidencia de alturas de las letras de caja alta y las minúsculas con astiles ascendentes. El efecto que proporciona en los textos del encabezado de los folletos bancarios es el de un relajamiento de la austeridad que hubiese provocado el empleo de una caja alta de presencia más destacada. Esta reducción de la altura de la caja alta, sumado a la altura notable del ojo medio de la caja baja, expresa amabilidad y cercanía a la vez que reduce la austeridad de un protocolo que de todas maneras está presente, por los motivos que hemos comentado, en el uso reglado de las normas de la ortotipografía.

En este anuncio de página completa de un *House Organ*¹⁶ se publica la oportunidad de una oferta eventual de una corporación dirigida a un público masivo de perfiles muy dispares

14 Las fuentes de tipo *lectura* son aquellos conjuntos tipográficos cuya excelencia de diseño los hacen especialmente indicados para textos largos. Para cuidar la homogeneidad de la textura tipográfica, durante los siglos XV, XVI y buena parte del XVII los glifos de caja alta tenían una altura de huella tipográfica menor que la altura de los glifos de caja baja con astiles ascendentes.

15 En el ámbito tipográfico se conoce como efecto de *mecanización* a una cierta geometrización y consecuente pérdida de ductus que se dan en las pólizas tipográficas a partir de finales del siglo XVII, sobre todo con la Romain du Roi francesa. Uno de los efectos colaterales fue la uniformización de la altura de los glifos de caja alta y los glifos de caja baja con astiles ascendentes.

16 Un *House Organ* es un recurso informativo que las corporaciones utilizan para informar a un público interesado, normalmente clientes efectivos o potenciales, o bien a los propios empleados de la corporación.



Ahora es el momento

FIG. III.2.I.23



FIG. III.2.I.25

FIG. III.2.I.24

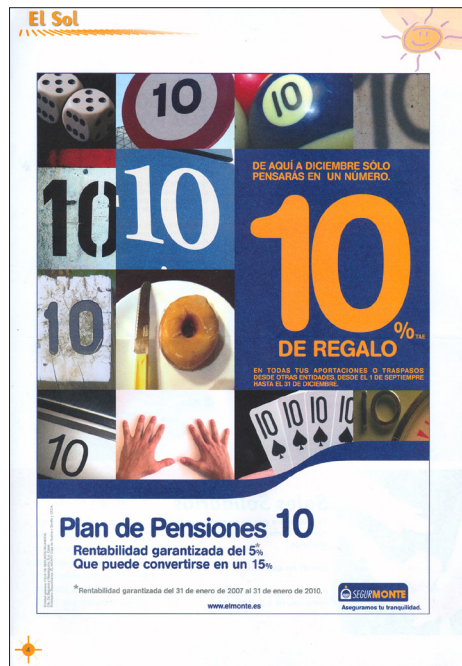


FIG. III.2.I.26



FIG. III.2.I.27

(FIG. III.2.1.24). Para dar noticia de tal disparidad los glifos numéricos /1,0/ que aluden al eje de interés central de la oferta y que se repiten por toda la superficie del soporte publicitario, expresan la multiplicidad de perfiles de usuario que pueden ser objeto de la oportunidad que se publica. Gráficamente la diversidad se traduce mediante la repetición de la cifra 10 materializada con fuentes tipográficas de estética dispar, llegando incluso en algunos casos a insinuarse la cifra a través del concurso de elementos icónicos que animan además, con su imagen, la monotonía de la composición. Otro soporte que presenta un juego tipográfico dispar en su texto principal es esta portada de un fanzine de venta por correo ordinario (FIG. III.2.1.25). La amplitud de la oferta comercial por la extensa variedad de productos que se anuncian en la revista justifica la utilización de un texto de portada que se interviene con la utilización de múltiples fuentes tipográficas con un perfil gráfico que las diferencia entre sí, además de que se están utilizando glifos no alfanuméricos que, por la casualidad de su apariencia, se asocian sin dificultad con los elementos alfabéticos a los que sustituyen.

En este otro ejemplo (FIG. III.2.1.26), una cartela explicativa de los contenidos de un conjunto expositivo cuya temática giraba en torno a la tecnología nuclear en el ámbito de defensa militar, presenta un tratamiento tipográfico correcto del discurso literal que contiene. A primera vista sorprende el comportamiento inusual de la letra capitular /B/ que encabeza el cuerpo de texto. El enorme cuerpo tipográfico y su imponente presencia llaman la atención por su desproporción. Pero en cuanto que nos avisamos de la intención expresiva que emana de ella, la inusualidad de su apariencia queda sobradamente justificada. En efecto el carácter /B/ no sólo es aquí la inicial de la primera palabra, *By*, del cuerpo de texto de la cartela, sino que es a su vez, y sobre todo, un elemento tipográfico que se referencia vía literal al motivo de fondo del discurso de la exposición, *Bomb*, la Bomba atómica. De ahí entonces su desmedida proporción con un cuerpo tipográfico igual a cuatro líneas de texto y el enorme peso visual por el grosor de los trazos, intervenciones tipográficas ambas que apuntan al poder destructivo del ingenio militar.

También con el efecto sorpresa juega esta portada del folleto para la difusión de un concurso de carteles de temática musical (FIG. III.2.1.27). La literalidad del texto principal, *Se busca cartel*, expresa la inmediatez de la alocución. Y el uso de una tipografía de apariencia deslavazada, torpe y desigual, alude precisamente a la necesidad de una aportación gráfica que exprese con la dignidad gráfica correspondiente la relevancia del evento. Expresiones de furtividad, precariedad y coyuntura que se están transmitiendo, con un guiño de cómplice jovialidad, a través de unas intervenciones tipográficas no cognitivas que confían el potencial de sus significaciones a las formas puramente tipográficas.



FIG. III.2.1.28

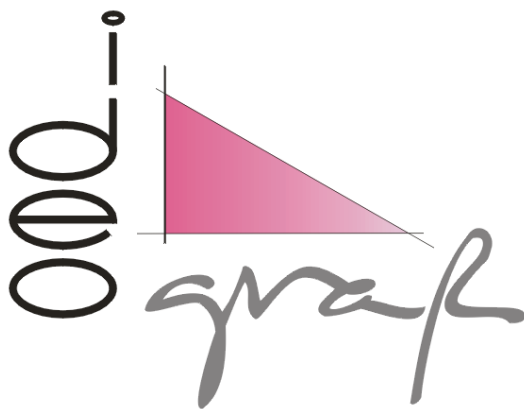


FIG. III.2.1.29

En esta gráfica de difusión diseñada por Pep Carrió para una muestra expositiva con motivo de dar tributo a la figura del también diseñador Massimo Vignelli (FIG. III.2.1.28), se utilizan diversas fuentes tipográficas que son expresión de diferentes perfiles profesionales de los cuales sólo uno de ellos representará, simbólicamente, al diseñador homenajeado. El uso de la diversidad de fuentes tipográficas en expresión de la pluralidad de perfiles personales es por sí mismo una intervención tipográfica que, como recurso expresivo, comporta las significaciones adecuadas. Pero un segundo recurso interventor lo supone el elemento lineal de tachadura que afecta a cinco de los textos que repiten el apellido del diseñador, anulándolos por el inapropiado perfil profesional que supuestamente expresan los propios perfiles de las fuentes, y destacando así el perfil reconocible de Vignelli, escrito con una fuente que coincide con la del otro texto donde figura su nombre de pila. La fuente con la que Carrió expresa la personalidad de Vignelli es una Helvetica, cuya geometría reductora, ausencia de ornamentación superflua, profusión de curvas, ojo medio elevado y contrapunzón espacioso, entre otras características formales, son expresión de la sencillez, la capacidad de síntesis, la eficiencia y la complicidad que traducen de algún modo, para Pep, el carácter y la poética de Massimo Vignelli.

El logo de *IdeoGraf* para una agencia de diseño gráfico y publicidad (FIG. III.2.1.29) se divide en dos mitades cada una de las cuales se resuelve con un tipo de fuente diferente, una del tipo grotesco y otra del tipo manuscrito de carácter espontáneo. Esta dualidad tipográfica hace referencia a la esencia dual del propio oficio del grafista mediático cuya profesión requiere por un lado un fondo de habilidades técnicas y por el otro de una buena dosis de creatividad. Los aspectos tecnológicos se expresan tipográficamente mediante una fuente que presenta una articulación geométrica resuelta con curvas simples y líneas rectas además de reducir al mínimo la ductilidad mediante la eliminación de la propia gestualidad del ductus, de la geometrización de las curvas, de la ausencia de los remates al final de las astas, de la continuidad del grosor del trazo, y de la elisión de las correcciones ópticas en los glifos. Por otro lado el aspecto creativo se traduce por medio del empleo de una fuente de fuerte presencia gestual, con una irregularidad arquitectónica que señala hacia los aspectos fortuitos y viscerales del oficio, con una modulación que alude a un trazado caligráfico personalizado de tipo *epistolar*¹⁷ y con una voluntad clara de enlace entre los glifos que identifica al texto con la apariencia de una escritura singularizada de

17 Los tipos de escritura se dividen fundamentalmente en lapidaria, caligráfica y *epistolar*. La lapidaria es una especie de ingeniería de la escritura, mientras que las caligráfica y *epistolar* son deudoras del gesto humano, en mucho mayor medida esta última.



FIG. III.2.1.30



FIG. III.2.1.31

FIG. III.2.1.32



carácter manual. En este otro ejemplo se recoge una de las acciones que se llevaron a cabo en las jornadas de protesta de los alumnos de las Escuelas de Arte de Andalucía contra la indolencia de la administración pública con respecto a la implantación de los nuevos planes de estudio de rango académico universitario (FIG. III.2.1.30). La intervención de una de las esculturas del centro rodeada de unos documentos ensangrentados en los que se relacionan los nombres y apellidos de los alumnos afectados, se acompaña de otros elementos entre los que destaca un breve texto de protesta. El comportamiento tipográfico alude al caos, al daño y al sentimiento de inquietud e incomodidad. Las intervenciones tipográficas a partir de las cuales se expresan estos conceptos son el efecto de distorsión de la arquitectura de los glifos, los cuerpos tipográficos dispares, la diferente orientación de los ejes de las letras, el color rojo del relleno, las prolongaciones de algunas de las astas y el uso de caracteres de caja alta, entre otras. También con motivo de las jornadas de protesta apareció esta intervención en una de las papeleras del centro de la Escuela de Arte de Sevilla en una jocosa e irónica interpretación del desprecio y del desinterés de la administración andaluza hacia sus propios proyectos educativos (FIG. III.2.1.31). La tipografía utilizada expresa la precariedad del proyecto por la torpeza con la que conscientemente se resuelve el trazado. El efecto desmañado de la composición expresa con elocuencia la indolencia de la administración. Y el propio soporte, un trozo de cartón cortado a mano, redunda en la fragilidad del proyecto.

El rótulo de identificación de un restaurante de moda, *La Fayette*, emplea dos fuentes tipográficas bien diferentes (FIG. III.2.1.32). El grueso de la composición se resuelve con un tipo grotesco mientras que uno de los caracteres principales se representa con un tipo manuscrito reglado. El efecto es el de dualidad. Y el buen consenso estético implica un rasgo de sinergia. El local, un restaurante de comida de fusión, es de ambiente elegante y cuida especialmente el ambiente de diseño. El texto expresa estas circunstancias mediante la simultaneidad tipográfica. Un cierto carácter de seriedad profesional se indica con el uso de caracteres de caja alta y el peso visual ligero de los tipos grotescos aporta liviandad. El carácter /F/ en una manuscrita reglada contrasta con la sencilla geometría del resto de los caracteres y expresa mediante sus ritmos curvilíneos y su ligero arabesco las maneras gentiles que se suponen extensivas al propio establecimiento. El tono decorativista que añaden los elementos gestuales setecentistas de inclusión y la caligrafía copperplate bajo el logotipo nos sitúan en el contexto de un negocio que aunque modal es respetuoso con la experiencia y la tradición.



FIG. III.2.I.33

FIG. III.2.I.34

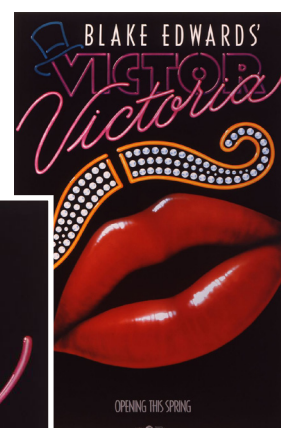
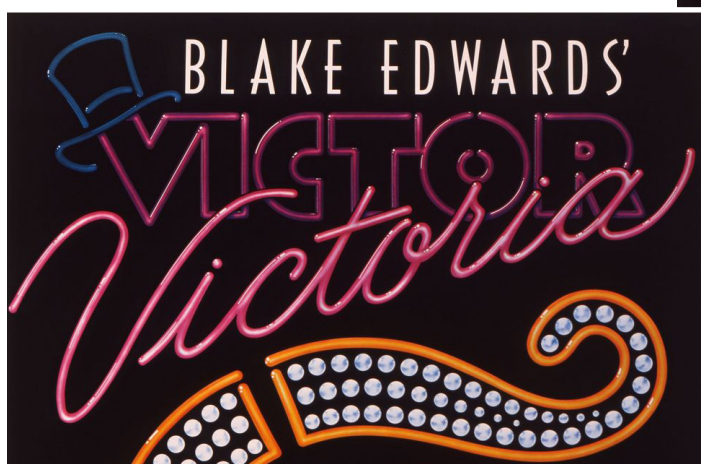


FIG. III.2.I.35



El tipo elegido para la rotulación de la Fakultät Theologische de la Universidad de Humboldt en Berlín es premeditadamente actual (FIG. III.2.1.33). El peso de la honorabilidad institucional y el timbre severo que se desprende del objeto mismo de estudio se alivian con la utilización de un tipo grotesco que refresca la imagen de la institución y la acerca a los perfiles de las nuevas generaciones. La modulación de carácter continuo, es decir la ausencia de ella, el ojo medio elevado, la arquitectura simplificadora del glifo, la ausencia de remates, los contrapunzones despejados, y en general el aspecto de inmediatez y transparencia de la gráfica del tipo redundan en una lectura donde la complicidad, el tono actual y la afabilidad distinguen la institución de la mayoría de otras similares que por su grafismo insisten en los valores de protocolo y ranciedadumbre.

En el cartel promocional del filme *Victor Victoria*, del realizador estadounidense Blake Edwards (FIG. III.2.1.34), un remake de la película alemana *Viktor und Viktoria* de 1933, un juego tipográfico dual expresa la propia ambigüedad de la protagonista, una mujer del mundo del espectáculo que para conseguir un papel tiene que hacerse pasar por un hombre que quiere ser mujer. La personalidad ambivalente queda reflejada por el empleo de dos fuentes dispares. Una de ellas del tipo Grotesca –Victor– y la otra del tipo Manuscrita estructurada –Victoria. La primera representa la masculinidad, mediante una geometría que abunda en trazados lineales rectilíneos y curvas geométricas simples de un solo centro. El uso de mayúsculas insiste en el mismo objetivo, aunque el tono violáceo apunta hacia una cierta feminidad. La segunda fuente presenta un trazado embebido de carácter femenino por la preferencia de los caracteres en minúscula, así como por la inclinación de los ejes de las letras, la evidente ductilidad y la fluidez por los enlaces de los glifos. El color rosa se orienta en la misma dirección. Ambos textos están resueltos con una textura que alude icónicamente a los rótulos de neón, tan afines al mundillo del espectáculo. Tanto la fuente utilizada en el texto *Victor* como la del nombre del director expresan desde lo estético la época en la que se sitúa la acción narrada, el periodo europeo de entreguerras, toda vez que están solucionados con fuentes tipográficas comunes a las décadas veinte y treinta del siglo pasado.

En este rótulo más o menos apócrifo situado en el hueco de una vivienda colindante con el madrileño edificio del Congreso de los Diputados (FIG. III.2.1.35), la peculiar rotulación que denota una mano inexperta denuncia en su literalidad los desmanes de la clase política. Pero desde una lectura semiótica, los recursos –claramente impremeditados– intervienen la literalidad del mensaje. El uso de la mayúscula es expresión del elevado volumen de la imprecación.

ra que no me atraían. Pero trataba de pensar en ellas lo menos posible.


—¿Lo menos posible?

—Lo menos posible —repitió Tsukuru, y sintió cómo vol-
vían a encenderse las mejillas—. Cuando por algún motivo
tenía que pensar en ellas, intentaba pensar en las dos como en
una sola.

—¿Una sola?

Tsukuru buscó las palabras adecuadas.

FIG. III.2.I.36


NIÁGARA...
¡AGUAS ATRONADORAS!

A la mañana siguiente nos levantamos al alba
y, después del desayuno, nos dirigimos hacia
el río.

¡Yo estaba emocionadísimo!!

¡Por fin iba a ver las cataratas del
Niágara! Los árboles de los alre-
dores parecían vestidos de
fiesta: con hojas **amarillas, ro-
jas y marrones**. Era el mes de
septiembre... ¡aquéllos eran los co-
lores del otoño!

El sol salió y tiñó el cielo de **ROSA**. Por fin,
ante mis ojos apareció una pared cristalina.
Las aguas caían con la potencia de **1.000**
ríos, resonando como **1.000** truenos.

49

FIG. III.2.I.37

FIG. III.2.I.38

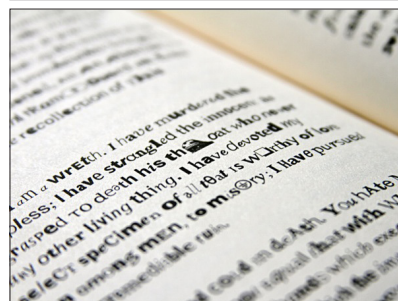
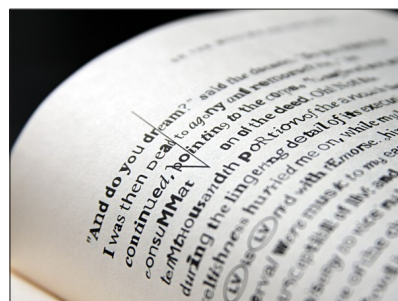


FIG. III.2.I.39



También lo es el enorme cuerpo tipográfico, que ocupa todo el espacio del soporte. La rotundidad del exabrupto se subraya mediante unos caracteres de fuerte peso visual por el grosor de sus astas. Y el origen específicamente popular de la demanda se exterioriza gráficamente por la deconstrucción de las formas regladas de los glifos que, desde su torpeza, aluden tanto a la clase popular desde la que se origina como a la despreocupación por las conveniencias protocolarias, propia del desgarró y la inmediatez de una protesta visceral.

En una página de la novela de Haruki Murakami titulada *Los años de peregrinación del chico sin color* (FIG. III.2.1.36), la utilización de un tipo cursivo en el contexto general de una Romana redonda sugiere el cambio de entonación con el que la frase está dicha y que la diferencia de la del resto del diálogo, significándola especialmente. El matiz de incredulidad que se percibe no hubiera sido posible sin esta intervención, en cuyo caso hubiese sido precisa una intervención puramente literal del narrador en la que se diera noticia de la especial actitud del personaje. En una de las páginas editoriales del relato infantil de Geronimo Stilton titulado *La excursión a las cataratas del Niágara* (FIG. III.2.1.37), cuyo tratamiento tipográfico es por cierto extensivo al resto de las páginas de la novela, la enfatización de los hitos principales en el texto se resuelve tipográficamente mediante el uso de recursos dispares. El color, la textura, el cuerpo tipográfico, la distorsión de la línea de base del texto, etc., se convierten en recursos expresivos que dan color y sentido expresivo a la narración.

En el interesante proyecto editorial *Frankenstein* realizado por el estudio Fathom (FIG. III.2.1.38), la popular novela de Mary Shelley se maqueta utilizando la friolera de 55.382 fuentes tipográficas diferentes¹⁸. Se trata de un *libro objeto*, en el que ciertas cualidades táctiles o visuales se priorizan por sobre las puramente editoriales. Es evidente que la función de legibilidad, tan fundamental en una edición editorial, queda automáticamente violentada. Pero considerándolo como libro objeto la solución es genial en el sentido que la articulación del conjunto del discurso mediante elementos disgregados e inconexos alude y da pleno sentido al argumento que se desarrolla en la novela.

Por último, como ejemplo de este apartado semiótico que analizamos y en el que el impulso significativo depende del uso de una fuente determinada y de su potencial expresivo en abstracto, el rótulo que aparece en imagen (FIG. III.2.1.39) denuncia la precariedad del cada vez más dañado *estado del bienestar* de la Europa de los últimos años. El estilo de la fuente, una

18 http://elburlador.blogspot.com.es/2011_12_01_archive.html (consultado el 5.1.2013)



FIG. III.2.1.40



FIG. III.2.1.41

manuscrita espontánea, declara la furtividad y la precariedad que se desprende gráficamente de su hechura desmañada. El soporte del texto, un vulgar trozo de cartón dañado y mal cortado, redundando en estas significaciones. El efecto de oportunidad y de falta de planificación se expresa a través del progresivo estrechamiento de los caracteres, que intentan mal que bien ajustarse improvisadamente al espacio disponible.

TIPO DE FUENTE. POTENCIAL EXPRESIVO DE CARÁCTER CULTURAL HISTÓRICO

La fuente utilizada aporta a veces valores añadidos que, por la singular grafía de la fuente, determinan referencias de tipo cultural. Estas referencias pueden subdividirse a su vez en dos subapartados. El referente cultural de carácter histórico y el de carácter estético, dependiendo tanto de la propia forma de la fuente como del contexto en el que ésta despliega su función semiótica. Las intervenciones tipográficas de carácter histórico referencian el texto a un espacio cronológico determinado, mientras que las de carácter estético lo asocian con determinadas poéticas gráficas, coetáneas o no.

El antiguo logo de Turismo para el fomento de la región de Andalucía (FIG. III.2.1.40) incidía en el poso cultural magrebí de esa área de la geografía peninsular a través de una intervención tipográfica que asociaba la forma del texto con la poética peculiar de las epigrafías de estilo *nasji* tan frecuentes en la decoración parietal de los edificios principales del arte islámico. En base a esa intención, una tipografía de orden manuscrito y con enlaces entre los caracteres evoca la caligrafía musulmana, que se subraya por la poética de la modulación que alude a un trazado manuscrito ejecutado con cálamo, instrumento característico del ejercicio escritor de la cultura árabe. El carácter inicial en mayúscula recoge en mayor medida la expresividad del ductus caligráfico y el segundo glifo, un carácter /n/ de caja baja presenta un cuerpo tipográfico ligeramente mayor que el resto de las minúsculas, lo que actúa como puente de enlace entre la caja alta y la caja baja del texto. El *ataque*¹⁹ pronunciado de la grafía asocia también al texto con una escritura tirada resuelta con un instrumento cortado en bisel, a la manera del cálamo, y lo acerca visualmente a la estética de la caligrafía *nasji* del Al-Andalus medieval.

Este curiosísimo proyecto de cartel se diseñó para una exposición de obras de Henri Matisse, y fue ejecutado por el artista (FIG. III.2.1.41). La exposición, una serie de piezas de *papiers*

19 La presencia de *ataque* en el diseño de una fuente crea un efecto de tensión y dinamicidad en la fuente. Generalmente se presenta en variantes cursivas, aunque también puede estar presente en los tipos redondos, esto es, de eje vertical. El ataque se manifiesta por el especial pronunciamiento gráfico de ciertas partes del glifo, normalmente en los contornos curvados.



FIG. III.2.I.42



FIG. III.2.I.43

FIG. III.2.I.44



decoupees, se celebró en París en 1952 por iniciativa del coleccionista y curador alemán Heinz Berggruen. Matisse, en un acto contestatario de rechazo al totalitarismo germánico confeccionó su cartel con elementos tipográficos recortados y pegados, utilizando la misma técnica que la de las obras expuestas, pero dejando espacios vacíos allá donde debían ir algunas letras en concreto todas las letras /S/, que él mismo rotuló a mano alzada con aspecto precario y dándole la típica silueta en forma rúnica de los caracteres que aparecían en el sello identificativo de la *Schutzstaffel* alemana, las fuerzas nazis de seguridad del Tercer Reich. Con ello probablemente Matisse quiso declarar su repudio por la barbarie del holocausto y por el daño provocado durante los años del conflicto a la clase artística y al normal y libre desarrollo de las tendencias estéticas de la Europa de los años anteriores a la fecha de la exposición. Berggruen quiso quitar hierro al desplante de Henri Matisse aduciendo ingenuamente que «Matisse was old an ill and did not pay attention to politics. He did not know the significance of the letters». Lo cual, evidentemente, es absurdamente pueril. Comoquiera que sea, la exposición fue celebrada con éxito pero el diseño del cartel fue oportunamente sustituido por otro. La intervención tipográfica que daba significado aquí al conjunto del texto y lo investía de valores añadidos era por supuesto la referencia a un tiempo histórico anterior de dolorosas significaciones, en una llamada a la remembranza y al no olvido.

Un uso tipográfico con carácter de referencia cultural histórica lo encontramos también en la portada de un folleto de una exposición, celebrada muy recientemente, de obra fotográfica del soviético Vladimir Rodchenko (FIG. III.2.1.42). Para aludir al tiempo de las vanguardias históricas se ha empleado una tipografía que por su apariencia se asocia con los estilos de fuentes utilizados en el periodo de entreguerras y en el ámbito de la cultura soviética y de la estética del constructivismo anteriores al periodo de Stalin. Los glifos tienen una severa articulación cuadrangular, con escasez de elementos curvados y un fuerte peso visual. Se ha recurrido también a la intervención de algunos caracteres típicamente occidentales, como la /R/ o la /N/, invirtiendo su imagen con un volteo de eje vertical para sugerir el comportamiento de los glifos cirílicos. Algunos caracteres latinos se han sustituido por caracteres cirílicos, como la /A/. Se han utilizado casi exclusivamente caracteres de caja alta, lo cual era moneda común en la estética tipográfica del constructivismo soviético. Y por último, todo el conjunto de la composición, severamente ortogonal, se ha girado enérgicamente proporcionando un paisaje compositivo muy cercano también tanto a las composiciones de la cartelería de la época como, por otro lado, a las composiciones aberrantes en la obra fotográfica del propio Rodchenko.



FIG. III.2.I.45



FIG. III.2.I.46



FIG. III.2.I.47



FIG. III.2.I.48



FIG. III.2.I.49



La estética peculiar de las escrituras góticas *libraria* y *tirada*²⁰ fueron durante el periodo bajomedieval y durante una buena parte del renacentista las formas escriptoras que vehicularon la cultura europea especialmente en las regiones centroeuropeas de influencia germánica. Fueron precisamente en estas áreas territoriales donde las formas escriptoras del gótico no dejaron nunca de tener parte actora en el paisaje social a lo largo de las centurias siguientes, lo que no ocurrió en los estados del sur y oeste continental. Y con ese efecto identitario referenciado a un pasado histórico encontramos la gótica del tipo Fractura en el Berlín del siglo veintiuno, por ejemplo en este elemento de señalética urbana en uno de los accesos al metro de la popular avenida *Underderlinden*, en el área central de la capital (FIG. III.2.I.43). O del mismo modo en las rotulaciones de un local de hostelería asociado a la imagen de las típicas cervecerías germanas en Viena capital (FIG. III.2.I.44) o en este otro local farmacéutico, también en la capital de Austria, en una de las principales vías comerciales de la ciudad (FIG. III.2.I.45) y donde el uso de una gótica del tipo Fractura no es incompatible con la gráfica identificatoria de un establecimiento que, en esencia, debe sugerir un perfil eficiente y actual, en lo que para un observador de base cultural no germánica como nosotros produce consternación, cuando no rechazo. También la señalática del viario urbano de Viena se resuelve con tipos góticos, esta vez con el estilo librario más ancestral, el de la gótica Textura (FIG. III.2.I.46), al igual que sucede igualmente en la rotulación del viario del *Tiergarten*, el enorme parque público de la ciudad de Berlín (FIG. III.2.I.47). Y en esta portada para el folleto de una exposición temporal en el Museo del Prado (FIG. III.2.I.48) cuyo eje temático fue la figura del Parsifal, una figura épica de la cultura medieval germánica. El uso de los tipos góticos, y en concreto en los casos comentados el tipo librario Fractura, alude a un tiempo histórico y a una cultura determinada. La librería Textura constituye la base expresiva fundamental del logotipo de la bebida espirituosa *Frangelico* (FIG. III.2.I.49). El recurso a un tipo medieval y la referencia monacal que proporcionan tanto el nombre de marca como el perfil del envase son la plataforma desde la que se expresa el valor de lo añejo y lo artesanal, de lo que ha sido decantado pacientemente por el tiempo y a lo que éste ha insuflado valor. Por la misma razón de aludir a un tiempo pretérito como signo de garantía de elaboración y de calidad del producto se emplea otro tipo Textura en la etiqueta de un conocido

20 Por escritura *libraria* se conoce aquella forma escriptora especialmente hábil para ser utilizada en textos muy largos y de cierto protocolo. La escritura *tirada* presenta una apariencia fortuita, de arquitectura mucho más fluida, emparentada entonces con los tipos de escritura epistolar.



FIG. III.2.I.50



FIG. III.2.I.51



FIG. III.2.I.52

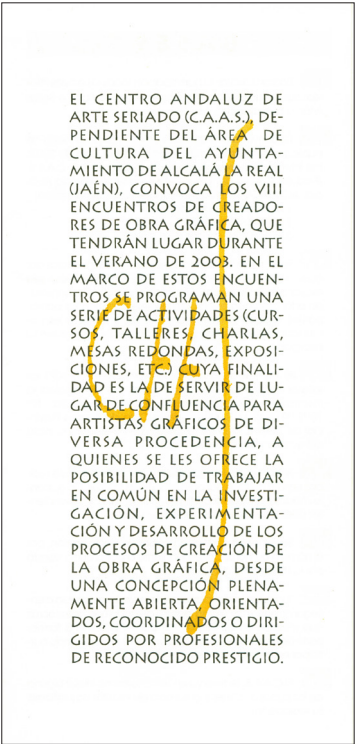


FIG. III.2.I.53



FIG. III.2.I.54

producto étílico (FIG. III.2.1.50). La referencia a un tiempo histórico lejano es aquí, como en Frangelico, metáfora e hipérbole de una manufactura paciente y concienzuda.

El cartel de difusión publicitaria para la reposición del filme *Metrópolis* en su versión íntegra y remasterizada (FIG. III.2.1.51) compone el texto del título con una fuente cuya apariencia alude al tiempo histórico en el que fue realizada, 1927, con un tipo de letra de carácter geométrico, fortísimo grosor de astas, contrapunzones muy reducidos, y con una estética peculiar en algunas de sus letras, como la /M/ y la /S/, que remite automáticamente a la estética del purismo francés y a la del Art Déco de la década de los veinte del siglo pasado.

El cartel del filme *Gone with the wind*, Lo que el viento se llevó (FIG. III.2.1.52), construye el título con una fuente del tipo de las Complejas, con unos remates partidos típicamente asociados a la estética victoriana del siglo XIX, momento histórico en el que suceden los hechos de ficción que se narran. En una de las páginas del folleto anunciador de un encuentro de artistas de obra gráfica en Alcalá la Real, de Jaén (FIG. III.2.1.53), el texto se presenta de una forma alejada de los usos habituales contemporáneos. Los márgenes muy espaciados destacan la presencia del texto condensado en el recuadro del marco de párrafo al centro de la página. El track generoso y el espacio entre palabras proporcionalmente reducido, además del discreto interlineado influyen en el aspecto uniforme de la textura tipográfica. El empleo exclusivo de caracteres de caja alta y la fuente elegida, amén de los recursos descritos anteriormente, prestan al texto la apariencia de una epigrafía de la Antigüedad Clásica, objeto al cual probablemente se remite el tratamiento tipográfico aunque, por otro lado, no parezca haber ninguna justificación temática para ello.

El *Kolping Wien Zentral* es un establecimiento hotelero situado en el casco histórico de la ciudad de Viena (FIG. III.2.1.54). Su refrescante y moderna presencia no evita el referente histórico cultural. Y lo hace mediante el uso tipográfico en el logotipo. El estrechísimo espesor de los caracteres, la linealidad reductora con la que se articulan las letras, las curvas geométricas de voluntad simplificadora, el caprichoso juego del carácter /O/ que reduce su cuerpo tipográfico y se eleva hasta la pauta superior del texto, la ubicación del anagrama de la entidad a la derecha del carácter /G/ enmarcado en un cuadrado perfecto, la ausencia de modulación de los trazos de las letras y la composición general de todos los elementos tipográficos del conjunto enmarcada en un espacio estrictamente cuadrangular, hacen referencia a la cultura vienesa de comienzos del siglo XX, más concretamente a los usos escritores del movimiento de la Secesión y, más exactamente aún, a los estilos tipográficos de los Wiener Werkstätte de la Viena de comienzos del siglo pasado tal como aparecen en la gráfica de Koloman Moser o en la estética mobiliaria de Josef Hoffmann.



FIG. III.2.I.55

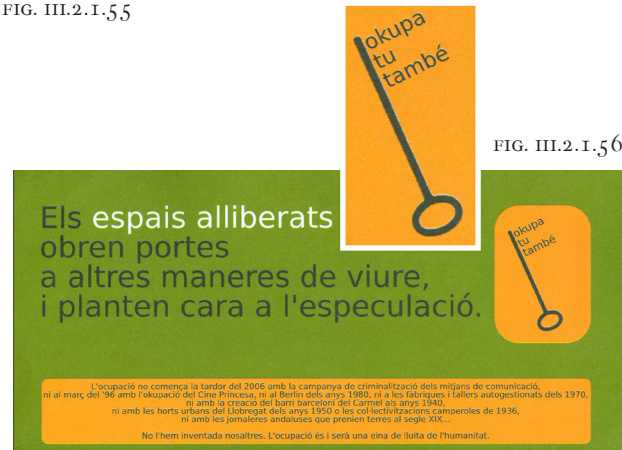


FIG. III.2.I.56



FIG. III.2.I.57

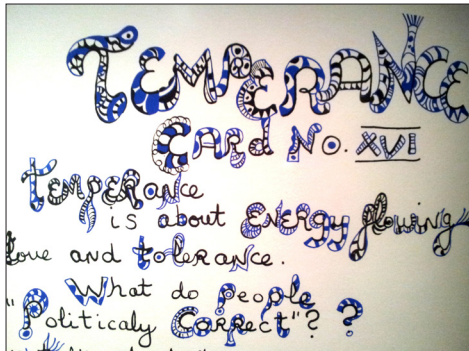


FIG. III.2.I.58

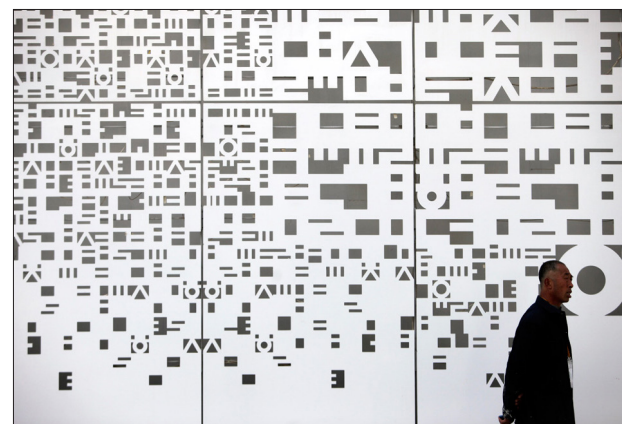


FIG. III.2.I.59

En el proyecto de cartel publicitario de *Schweppes* (FIG. III.2.1.55) los tipos Egipcios que encabezan el soporte aluden también no sólo a un tiempo histórico sino a una localización espacial determinada. La alusión temporal se debe a la procedencia histórica de estos tipos en cuestión, que con raíces que se adentran en el siglo XVIII florecen en la plenitud de su peculiar apariencia en el transcurso del siglo XIX. Momento en el que se produce la colonización británica de los territorios del norte del continente americano. Esa declaración de procedencia cultural territorial se establece sobre todo por la presencia de los naipes de una baraja de póquer dispuestos sobre la mesa de juego en expresión de victoria.

TIPO DE FUENTE. POTENCIAL EXPRESIVO DE CARÁCTER CULTURAL ESTÉTICO

Los juegos tipográficos cimentan a veces su potencial semiótico en un referente cultural que apunta a la corriente o elementos estéticos, que funcionan entonces como eje de la comunicación. Un tarjetón reivindicativo contracultural que encara el problema social de la especulación inmobiliaria presenta en su espacio superior derecho la gráfica que simboliza el mensaje, resuelta tipográficamente (FIG. III.2.1.56). El texto vindicativo se distribuye de modo que recuerda el volumen de los dientes de una llave de antiguo formato. La imagen funciona porque existe un potente elemento de inclusión, el cuello y la cabeza de la llave. Pero el conjunto señala, a modo de guiño, a un referente cultural tomado de una de las obras de un poema visual del artista catalán Joan Brossa, su famosa *Clau* (FIG. III.2.1.57). El texto del folleto en catalán refuerza así su carácter nacionalista mediante el recurso de referencia a un motivo estético representativo de la cultura catalana en la que la reivindicación se produce.

En la pieza *Temperance* (FIG. III.2.1.58), una serigrafía de 1993 de la artista francesa Niki de Saint Phalle expuesta en una retrospectiva en el Grand Palais de París a finales de 2014, el juego escriptor que adoptan las formas del texto, parte constituyente de la propia obra, se referencia a la poética gráfica de la artista. De este modo la artista francesa interviene su discurso literal con unas intervenciones gráficas que apuntan a su propia estética personal.

En el Pabellón de Corea del Sur de la exposición internacional de Shangai celebrada en el año 2010, la piel del edificio se resuelve por entero con un entramado textural de glifos del alfabeto coreano (FIG. III.2.1.59). La llamativa intervención expresa la nacionalidad del edificio y señala hacia su propia identidad cultural, representada por los elementos de la lengua escrita en una estética simplificadora pero suficientemente reconocible de la poética gráfica de los glifos de ese país asiático (FIG. III.2.1.60). El logotipo del estudio de diseño gráfico *Kimberly Waters* (FIG. III.2.1.61) recurre también a intervenciones tipográficas de carácter cultural a través del

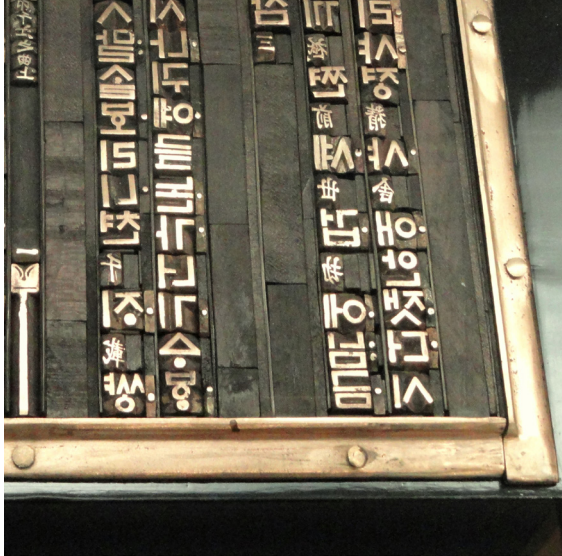


FIG. III.2.1.60



FIG. III.2.1.61

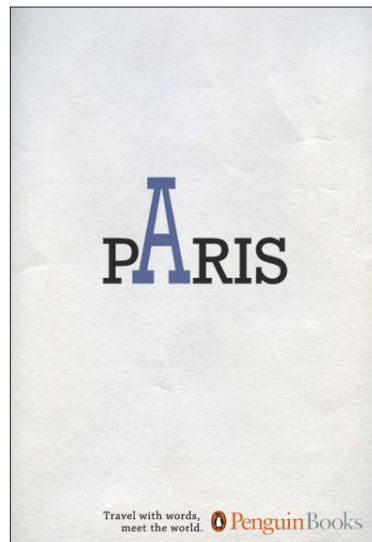


FIG. III.2.1.62

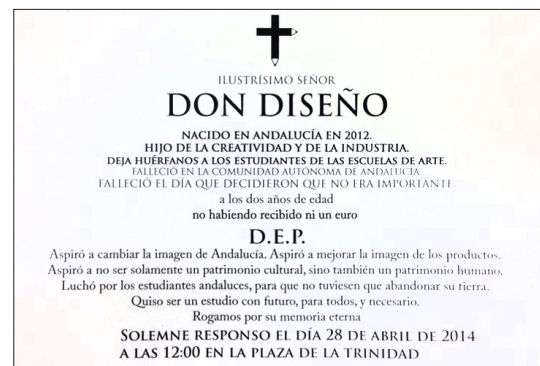


FIG. III.2.1.63

referente estético. La grafía del texto es alusiva a la poética de los elementos tipográficos de la cultura plástica secesionista de la Viena de principios del siglo pasado. El texto tiene un espesor estrecho, el juego de caracteres es por entero de caja alta, las curvas son simples y los recorridos tienen forma parabólica, algunos elementos internos de la arquitectura del glifo se desvían de sus posiciones regladas acercándose a los extremos verticales, el trazado de algunas astas como el transversal de la /A/ se duplica y la /W/ cruza en aspa sus trazos internos. Todas estas intervenciones acercan el conjunto tipográfico a la estética de la Secesión austríaca y emparentan culturalmente, a través de recursos estéticos, a la organización con el esplendor del diseño y de la gráfica de la Viena de principios de siglo.

La invitación a viajar con la imaginación a través de la magia de las palabras y de la fuerza de sugestión del texto se traduce visualmente aquí (FIG. III.2.1.62) por la enfatización de una de las letras de la palabra. La duplicación del cuerpo tipográfico atrae la atención sobre el carácter /A/ que, por su natural articulación arquitectónica se acerca a la forma esencial del famoso emblema de París. Para acentuar y hacer más eficaz el proceso de identificación las proporciones de la letra se han alterado, con respecto a las de las otras que la acompañan. Un estrechamiento del espesor facilita la identificación, y el uso de un tipo Egipcio recrea mediante los remates cuadrangulares inferiores los sólidos pilones de cemento sobre los que se asienta la torre. Se trata también en este caso de una intervención tipográfica que alude a lo cultural a partir de la utilización de una estética plástica de referencia. Por su parte este panfleto de protesta estudiantil en el que se denuncia la falta de previsión administrativa que provocó la airada respuesta de la comunidad de estudiantes de la Escuelas de Arte de Andalucía durante el curso 2013-2014 (FIG. III.2.1.63) adopta la forma de una esquela mortuoria. Los escasos elementos extratipográficos, la cruz y la doble línea del recuadro, acompañan a la composición tipográfica que por su estilo de justificación centrada apuntan a la estética de las reseñas de defunción. La disparidad de los cuerpos tipográficos y la manera en que se utilizan en el conjunto del texto, y la severidad del tipo romano junto al uso de mayúsculas en largas cadenas de caracteres son factores de intervención que asocian estéticamente este panfleto a la cultura de las manifestaciones luctuosas populares.

TIPO DE FUENTE. POTENCIAL EXPRESIVO DE REFERENCIA OBJETUAL

La utilización de uno u otro tipo de fuente puede también ser vehículo de significaciones mediante el recurso de la referencia a elementos objetuales. Así está sucediendo en este texto en el que la fuente utilizada está resuelta de tal modo que juega gráficamente con los comportamientos

PINZA

FIG. III.2.1.64

COMIC-TEATRO

FIG. III.2.1.65

HAMILTON

FIG. III.2.1.66



FIG. III.2.1.67



FIG. III.2.1.68

formales de una pinza de tender (FIG. III.2.1.64). El carácter /A/ es prácticamente la simplificación de la proyección frontal de una de esas pinzas, mientras que el resto de los caracteres, con complexiones anatómicas menos afines a la articulación del objeto de referencia, se avienen de manera suficiente al referente sin perder por completo su condición de legibilidad. De igual manera sucede con el texto identificativo de una compañía de espectáculos (FIG. III.2.1.65). El texto está resuelto mediante una línea que recorre sin interrupción los volúmenes de cada una de las letras. El comportamiento del itinerario del trazo y los extremos del mismo rematados en redondo aluden con suficiente eficacia a la estética de los rótulos de neón, elemento objetual al cual alude la gráfica del texto y que lo identifica con el mundo del espectáculo.

En esta curiosa pieza artística denominada *Trade Mark*, de 1972 (FIG. III.2.1.66), el británico Richard Hamilton interviene la imagen del logo comercial de la firma alemana *Braun* (FIG. III.2.1.67) apropiándose de su estética y aplicándola a su propio nombre personal, en un irónico juego de suplantación. Y en la obra *The critic laughs*, también de 1972 (FIG. III.2.1.68), Hamilton aplica el logo a un pequeño electrodoméstico que por su estética alude también a los productos de la firma alemana bajo el influjo del diseño de objetos de Dieter Rams. Otra referencia objetual se da en la rotulación del filme *Cars*, de la división Pixar de Disney (FIG. III.2.1.69). En este filme de animación tridimensional el argumento se desarrolla en un contexto de ficción en el que los personajes son coches. La referencia al objeto vehículo se resuelve en el rótulo del título mediante el empleo de un tratamiento gráfico que emparenta el texto del filme con las tipografías metálicas en las carrocerías de los vehículos norteamericanos de las décadas de los cincuenta y sesenta.

En esta curiosa intervención urbana (FIG. III.2.1.70) realizada en el viario de la zona del casco antiguo de la ciudad de Córdoba, el artista interventor ha escrito sobre los muros del caserío los textos que aluden a su lírica personal empleando unas formas tipográficas idénticas a la señalética de cerámica del callejero cordobés. El efecto de sorpresa se produce por la disgregación entre forma y contenido, utilizando unas formas que se reconocen indefectiblemente como parte tradicional del caserío pero que presentan un diálogo cuyo lirismo entra en conflicto con las funciones meramente indicativas que se esperan de esos elementos tipográficos. Es una intervención urbana que realmente cumple sus objetivos pues esos textos, que dicen cosas inusuales pero dichas bajo la apariencia de una entonación común, despiertan la conciencia del transeúnte y expresan la posibilidad de una acción sorpresiva por lo inesperado. La sorpresa estriba por supuesto en la contradicción entre forma tipográfica y contenido literal. Del mismo



FIG. III.2.I.69



FIG. III.2.I.71



FIG. III.2.I.70



FIG. III.2.I.72

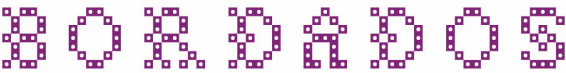


FIG. III.2.I.73



FIG. III.2.I.74

modo sucede en esta otra intervención de los espacios públicos en Liverpool, Reino Unido. Al igual que en Córdoba, donde la intimidad personal se expresa con la retórica de lo oficial, también en la acción de Liverpool lo extraoficial se expresa con las severas formas tipográficas de la oficialidad vigente (FIG. III.2.1.71). Las imprecaciones de la contraculturalidad que se expresan habitualmente mediante la furtividad y velocidad gestual propias del grafiti urbano quedan expresadas en esta interesante experiencia mediante el empleo de una tipografía de rigurosa apariencia oficial. En el chocante contraste entre el contenido literal y el tono tipográfico utilizado reside el efecto de sorpresa y, con ello, la eficacia de la experiencia. Literalidad del discurso y tono discursivo son las partes en duelo en este interesante juego retórico de *oxímoron*²¹ que es en este sentido idéntico al juego de intervenciones tipográficas de Córdoba, aunque con un discurso literal de fondo más acre y contracultural.

En el anuncio de prensa de página completa de una compañía de servicios web (FIG. III.2.1.72), la firma comercial celebra su décimo aniversario de existencia. Las diez llamitas de las velas de cumpleaños se mecen al impulso de un soplo que en la imagen se resuelve con una textura escriptora, formada por lo que se adivina como un conjunto de firmas y rúbricas de aspecto caligráfico. Con ello se quiere expresar el elemento humano que ha hecho posible la permanencia de la empresa en el mercado. Las grafías, de diferente color y gestualidad, aluden a la diversidad humana como conjunto de individualidades aunadas. La referencia objetual es en este caso el elemento *rúbrica* como objeto portador de significaciones de carácter personal y humano.

En este ejercicio tipográfico (FIG. III.2.1.73) la literalidad del texto se magnifica por su tratamiento gráfico. La intervención consiste en la reinterpretación de la arquitectura de las letras mediante un juego de repetición de elementos que se ubican ordenadamente en una retícula virtual. El resultado es semejante al de un trabajo de bordado en punto de cruz, pero el referente funciona no sólo por el sistema de retícula en el que se resuelve el texto sino por la propia elección de la fuente, con su juego peculiar de remates y sus elementos ornamentales en los puntos medios de algunas de las astas, además de por la propia literalidad del texto. El tono hogareño y familiar que destila es el mismo que el de este cartel en una marquesina de parada de bus (FIG. III.2.1.74) cuyo texto principal se desarrolla gráficamente mediante el mismo recurso de aludir a la apariencia manufacturada de un bordado. La ironía del texto se potencia con la textura de

21 El *oxímoron* es una figura retórica que consiste en una especie de sinergia derivada del encuentro de dos circunstancias aparentemente irreconciliables, pero de las que se desprende un resultado hábil.



FIG. III.2.I.75



¡Buenos días, desayuno!

Este es un desayuno completo y equilibrado. Un desayuno que te ayuda a empezar el día con más optimismo y que evita la fatiga y la falta de concentración que se produce en el transcurso de la mañana, cuando se ha desayunado poco y mal, como suele ser costumbre.
¡Cambia de costumbres! Ya verás cómo disfrutarás desayunando bien.

Para ayudarte Nestlé ha editado el libro «¡Buenos días, desayuno!» con informaciones, consejos y sugerencias para que el desayuno ocupe el lugar que le corresponde en la alimentación.
Verás que fácil es poner en práctica la sana costumbre de desayunar bien.

Nestlé te da los buenos días.

¡Buenos días, desayuno!

FIG. III.2.I.76

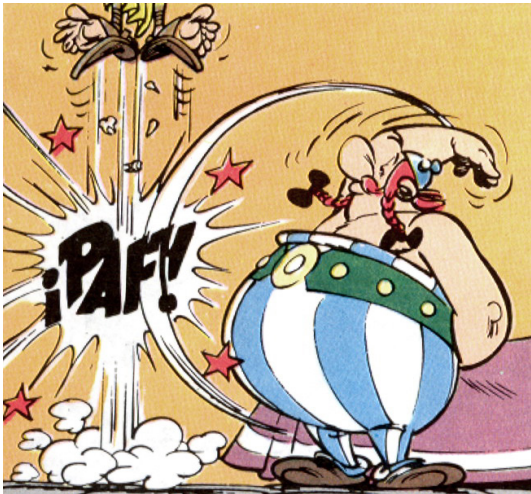


FIG. III.2.I.77

las formas tipográficas, que en este caso además es la imagen fotográfica de un trabajo en punto de cruz auténtico, artesanal, que es en este caso el objeto referente de la intervención tipográfica.

En este conjunto monumental, una apología de la liberación (FIG. III.2.1.75) que se levanta en uno de los parques públicos de la ciudad de Berlín, se expresa el fuerte impulso emancipador y la dinamicidad escapista mediante las figuras de unos equinos en ravisosa libertad. El elemento de coacción, objeto de la superación, se significa por el muro fragmentado y derruido que alude a la histórica caída del Muro de Berlín. Los elementos tipográficos sobre la superficie del bloque inferior están resueltos con la impronta caligráfica propia de los grafitis, a los que se alude, convirtiéndolos en referentes objetuales y parte significativa principal de este conjunto monumental.

CONFIGURACIÓN DEL TEXTO. RECURSOS ORTODOXOS

En este apartado se contemplan todas aquellas intervenciones de la literalidad del texto que añaden valores de significación. Comprende el uso expresivo de los elementos tipográficos incluidos en la tabla de caracteres de la fuente siempre que su utilización no entre en conflicto con las normas de la escritura.

En este anuncio de prensa de página completa (FIG. III.2.1.76) el tono potente, cercano y jovial en el que se expresa el titular depende de varios factores de intervención. Los elementos interventores ortodoxos que dan color expresivo a la literalidad del texto son los signos de admiración de apertura y cierre que abrazan el conjunto. Son estos signos diacríticos los que proporcionan el matiz de interjección al texto. Por otro lado, pero fuera ya del apartado de los recursos de texto ortodoxos, la potencia del titular se debe al uso de un cuerpo tipográfico de gran tamaño y al fuerte peso visual derivado del grosor de las astas de la fuente. El tono de cercanía y amabilidad se consigue por el empleo de caracteres de caja baja que, además, al tener un ojo medio muy elevado le imprimen un efecto de complicidad con el receptor. La jovialidad se consigue en gran medida por la arquitectura de los glifos, ricos en rasgos curvos y con contrapunzones relativamente despejados. Y el ritmo discursivo, enérgico y sin fisuras, se deduce del reducido espaciado entre los caracteres que dan solidez y cohesión al conjunto tipográfico. Igual sucede en esta viñeta de cómic extraída de una de las populares historias de los divertidos héroes de ficción Astérix y Obélix (FIG. III.2.1.77). La correcta utilización de los elementos diacríticos imprime carácter a la onomatopeya del golpe, abrazándola con los signos de admiración de apertura y cierre. Es este el recurso interventor de tipo ortodoxo que afecta al texto, aportando una acústica especial que lo magnifica. Pero independientemente de los recursos que afectan al texto desde la ortodoxia, es evidente que otras intervenciones están aportando

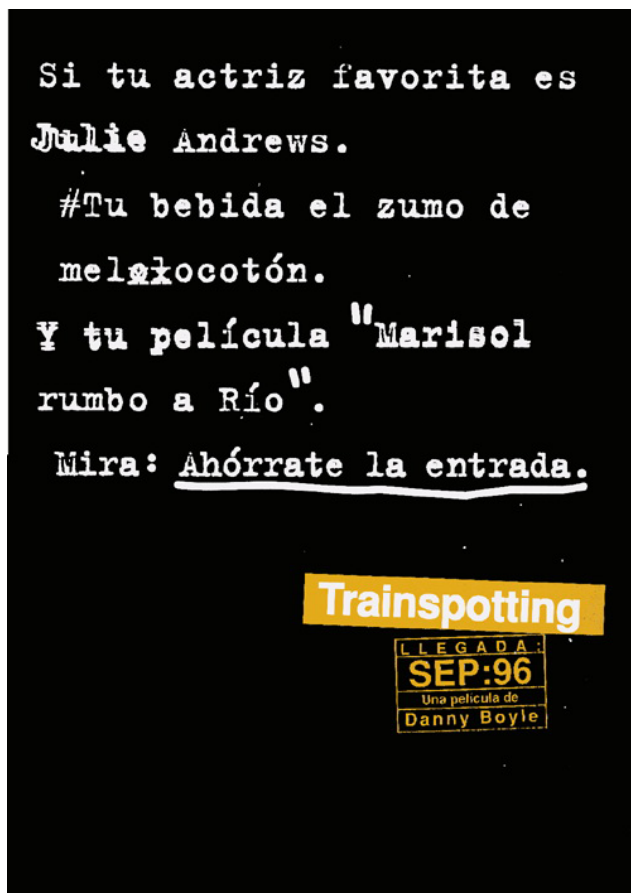


FIG. III.2.1.78



FIG. III.2.1.79

valores al conjunto tipográfico. La gráfica expansiva que rodea al texto le presta un carácter explosivo y los elementos con forma de estrella que la acompañan son el signo convencional que alude al dolor del golpe. La tipografía en sí misma está también muy intervenida. Por un lado se han empleado mayúsculas, el cuerpo tipográfico es muy grande, los glifos se encuentran desubicados con respecto a la línea de base del texto, los ejes de referencia de las letras se han girado aleatoriamente, las astas presentan un pronunciado grosor, la arquitectura de los glifos está distorsionada, las astas se curvan ligeramente en expresión de dinamicidad, y algunas de las letras se solapan inopinadamente. Todo ello añade valores expresivos al texto, significándolo y potenciando el sentido de la propia onomatopeya.

En este otro soporte de prensa para la difusión del filme *Trainspotting* (FIG. III.2.1.78) se están utilizando, con función expresiva, varios elementos diacríticos desde la ortodoxia. Con respecto a la literalidad del texto no cabe duda acerca del recurso retórico de la ironía que avisa de los perfiles del público objetivo al que se dirige el anuncio. La utilización de una fuente de las del tipo de máquina de escribir y la irregularidad de los glifos, la tachadura de caracteres, los glifos dobles superpuestos, la desalineación vertical de las líneas de texto, la inclusión de glifos de aparición fortuita, y algún que otro recurso interventor más, retratan la personalidad del sujeto que escribe el texto y cuyos perfiles bohemios y despreocupados coinciden con los rasgos del protagonista del filme. Ninguna de estas intervenciones son de tipo textual ortodoxo. Sí lo es el uso de las comillas en las líneas quinta y sexta; y su uso, además de delimitar el título cinematográfico al que alude, infunde con su presencia un cierto tono de ironía o de chanza. La inmediatez de la ocurrencia se expresa por el empleo de unas comillas no tipográficas sino caligráficas, que contrastan con el tratamiento del grueso del texto y, por otro lado, se asocian con el subrayado caligráfico al final de la séptima línea en lo que supone también un recurso de intervención ortodoxa del texto. Al final de las cuatro frases el elemento diacrítico del punto y aparte cierra las sentencias según la más pura ortodoxia gramatical. Pero a su vez están marcando los ritmos del discurso, estableciendo espacios de silencio entre frases y actuando a modo de *pausas dramáticas*²² con las cuales se intensifica la literalidad del discurso.

En este soporte anunciador de un producto farmacéutico veterinario (FIG. III.2.1.79) el texto titular se acompaña de ciertos elementos diacríticos que desde la ortodoxia lo matizan. Por un

22 Una *pausa dramática* es un recurso retórico que consiste en insertar espacios de silencio en un momento del flujo informativo, al objeto de conseguir inocular tensión en el receptor.

lado están los puntos suspensivos, que separan la sentencia en dos partes. La primera de ellas denuncia el problema, la necesidad de protección. La segunda expone las condiciones que se exigen de esa ayuda. El punto al final de la sentencia es un elemento normalmente extraño en el tratamiento de texto de los titulares, eslogans, coletillas y similares que por su tratamiento tipográfico indican visualmente, en el contexto de la gráfica mediática, su independencia narrativa sin necesidad de recurrir a la diacrítica ortodoxa. Su empleo aquí magnifica perceptivamente el final de la frase y es expresión tanto de la rotundidad con la que está dicha como del interrogador y premeditado espacio de silencio que se produce tras ella. Los puntos suspensivos producen el efecto teatral de una pausa dramática y separan las dos mitades del texto en problema y solución. Esa separación conceptual se subraya en la composición del anuncio por el empleo de unos fondos de color, negro y blanco, cuyo límite de separación coincide con la pausa dramática del texto, diviendo todo el anuncio en dos mitades, problema y solución. A la izquierda aparecen los sujetos del problema, las mascotas. A la derecha aparece un breve texto explicativo de las bondades que justifican al producto como solución. Por último existe otro recurso ortodoxo en el texto, el uso de una mayúscula al inicio de la frase. La condición ortotipográfica de este recurso hace que resulte inadvertido; pero su empleo, que al igual que decíamos al respecto del punto al final de frase no es en absoluto preceptivo en la gráfica mediática, añade valor a la palabra a la que afecta. Y efectivamente, el tono imperativo con el que se impreca la petición toma cuerpo con el uso de la caja alta a comienzo de frase.

CONFIGURACIÓN DEL TEXTO. RECURSOS HETERODOXOS

La intervención del texto con recursos de carácter no ortodoxo imprime valores añadidos mediante el empleo no reglado de los elementos diacríticos del lenguaje, o incluso mediante el tratamiento irregular de los propios elementos alfanuméricos de la tabla de caracteres de la fuente.

En el slogan de una conocida cadena de televisión (FIG. III.2.1.80) la inclusión de un elemento no alfanumérico de la tabla de caracteres en sustitución de una de las palabras que conforman la sentencia es un ejemplo de intervención heterodoxa que afecta a la propia configuración del texto, potenciando su significación. La coincidencia del sonido del vocablo sustituido y la del elemento no alfanumérico en cuestión añaden valor a la sentencia potenciando su efecto superlativo. Por su parte esta viñeta de uno de los populares cómics de Astérix (FIG. III.2.1.81) presenta un interesante encuentro entre glifos de significación diacrítica que, desde la ortodoxia del lenguaje escrito, violentan la norma aportando significaciones a la expresión actitudinal del

personaje afectado. Es recurrente, en este ámbito, la interpretación del sentimiento de estupefacción mediante el encuentro de un signo de interrogación junto a otro de admiración en el espacio interior del *bocadillo*²³ que corresponde al personaje.

El proyecto de cartel para la fiesta de los Sanfermines del año 2007 se configura exclusivamente con elementos tipográficos (FIG. III.2.1.82). Dos recursos heterodoxos que afectan a la configuración del texto participan en él. Por un lado la repetición del carácter /U/ forma parte de la expresión onomatopéyica que se identifica con el mugido de un toro, un animal que es parte esencial de la fiesta pamplonica. Y por otro lado la utilización de un doble signo de admiración del tipo de cierre al final de la onomatopeya imprime a ésta un carácter magnificador. El doble glifo potencia la exclamación y es un recurso de intervención no ortodoxo de la misma manera que también lo es la elisión del signo homólogo de apertura que teóricamente debería de situarse al comienzo de la expresión. Esto último, si bien no añade expresividad al texto, puede considerarse un anglicismo derivado de una especie de colonialismo lingüístico que, eso sí, podría asociar en este punto el texto del cartel a los usos reductores de los signos diacríticos del español que un público joven acostumbra a manejar en las comunicaciones electrónicas. Lo cual podría hacernos pensar que se trata de un guiño de complicidad hacia este tipo de público, y si esto fuera cierto añadiría valor expresivo al texto otorgándole carta de naturaleza recursiva a la propia elisión.

Por último, en el cartel cinematográfico del filme *Edukadores* (FIG. III.2.1.83), una producción alemana de 2004 dirigida por el realizador Weingartner, se ha sustituido uno de los caracteres por otro de sonido similar pero de sonoridad más áspera. La utilización del carácter /K/ imprime valores de rebeldía y contraculturalidad, efecto derivado de su recurrente presencia en proclamas de tono alternativo. El resultado apunta hacia el cuestionamiento de ciertos valores sociales consagrados y altera la significación original añadiendo un efecto comunicacional que se orienta hacia el discurso del filme. Se trata, entonces, de manera clara de una intervención en el texto que lo transfigura mediante una intervención heterodoxa. Otros recursos, no ya del tipo que es objeto de análisis en este apartado, aportan resultados con función semiótica. El carácter de grafiti sobre el muro apunta hacia el carácter disidente y se logra, entre otras cosas, por la distorsión perspectiva de su contorno global que lo integra en el plano de la pared. El empleo de

23 Los *bocadillos*, en el ámbito del cómic, son las demarcaciones que contienen el diálogo de un personaje al cual se vinculan mediante su espolón.

LO + PLUS

FIG. III.2.I.80

FIG. III.2.I.81



FIG. III.2.I.82



FIG. III.2.I.83

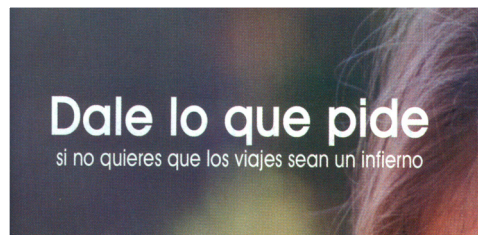
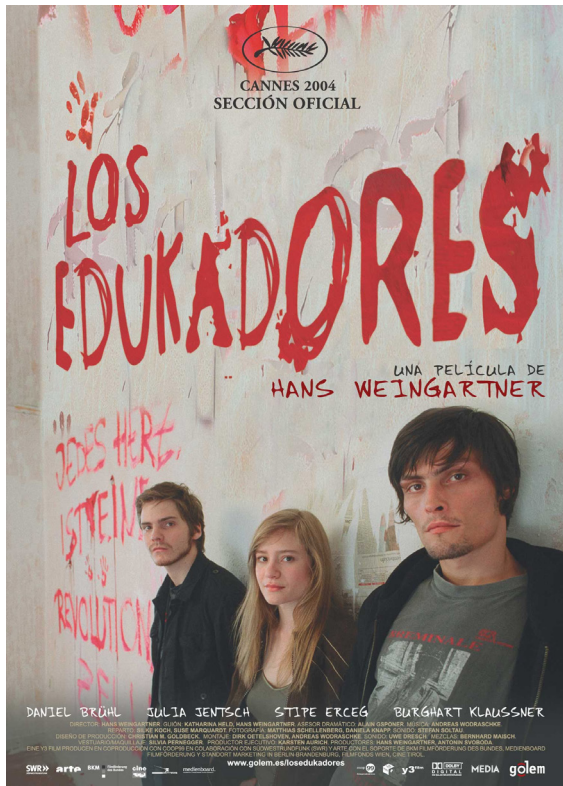
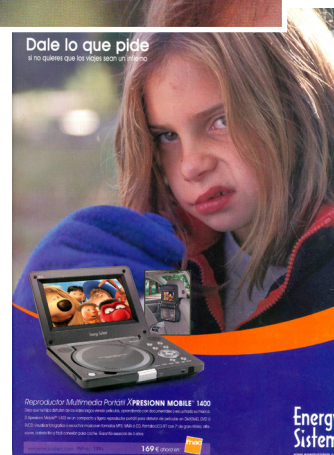


FIG. III.2.I.84



un color caliente, además de crear una asociación con el resto de pintadas en rojo que aparecen parcialmente en el marco de la composición y con la propia apariencia de la fuente tipográfica con la que se compone el nombre del realizador, expresan visceralidad y tensión. La irregularidad del contorno de las letras las asocia con las de un grafiti ejecutado descuidadamente a mano, sin atención a las formas de protocolo de los glifos. Y el cuerpo tipográfico de gran tamaño alude a la forma del grito como expresión desesperada y contestataria.

CONFIGURACIÓN DE LA FUENTE. RECURSOS ORTODOXOS

En este apartado se contemplan todas aquellas intervenciones tipográficas de voluntad semiótica que dependen de la configuración de las propiedades de la fuente tipográfica empleada. Esas configuraciones no afectan a la propia forma del tipo y pueden intervenir en las propiedades del track, del interlineado, del kern, del espesor de la fuente, del cuerpo tipográfico, etc.

En este anuncio de prensa que publicita uno de esos objetos electrónicos para el capricho infantil (FIG. III.2.1.84), el texto del encabezado, dividido en título y subtítulo, aconseja la acción a seguir y que determinará el supuesto alivio de aquellos sobre los que recae la responsabilidad de dar gusto a la veleidad de la criatura. La parte del título se expresa en un cuerpo tipográfico destacado, mientras que el subtítulo acalaratorio actúa desde la literalidad del texto como el consejo que evitará la tormenta. Para esta segunda parte del encabezado se ha utilizado un cuerpo tipográfico casi dos veces inferior al cuerpo del texto destacado, en clara expresión del tenue volumen de voz con el que, en un guiño de complicidad, se declara el contenido del consejo redentor. La notable reducción del cuerpo tipográfico en el subtítulo del encabezado es, de este modo, un recurso interventor de carácter ortodoxo que interesa a la configuración de la fuente tipográfica y da valor comunicacional al texto.

Al comienzo del capítulo primero de la novela *Lolita*, del escritor de origen ruso Vladimir Nabokov (FIG. III.2.1.85), la voz narradora del protagonista nos hace participar de su singular fascinación hacia una jovencita impúber de atractivos y sensualidad ciertamente anticipadas. Para describir sus encantos el protagonista, un maduro y erudito profesor de literatura, despliega su conocimiento de la lengua que él mismo declara insuficientes para definir los perfiles de la joven objeto de su delirio. Y recurre a una deconstrucción del nivel semántico del lenguaje inventando un vocablo exclusivo para ella: *nínfula*. Con ello quiere expresar el personaje la singularidad de la joven, tan especial que necesita una palabra especial sólo para ella. Y para vocalizar el término y diferenciarlo del resto del discurso narrativo cambia la entonación de su voz, lo que se resuelve gráficamente mediante el empleo de un tipo en cursiva que visualmente

diferencia y destaca esa palabra del resto de la textura tipográfica de la página. El uso de la cursiva es aquí un recurso de intervención tipográfica de tipo ortodoxo que da color a la palabra a la que se aplica y le imprime una prosodia especial en el contexto del discurso en el que se pronuncia, simbolizando así el carácter especial de la pequeña heroína de la novela.

CONFIGURACIÓN DE LA FUENTE. RECURSOS HETERODOXOS

En este apartado se contempla el uso contra lo reglado de los elementos de configuración de la fuente con el objeto de aportar significaciones al texto afectado.

En la expresión *Corriente alterna* (FIG. III.2.1.86), que sugiere un tipo de comportamiento de la corriente eléctrica, la condición de alternancia se expresa tipográficamente mediante dos recursos interventores. El primero de ellos hace uso de los caracteres de caja alta y caja baja con un ritmo de alternancia, lo que se referencia directamente al significado literal de la palabra intervenida. Y el segundo de los recursos que insiste en el mismo sentido es la alternancia rítmica del color. Esta intervención es de índole cromática, lo que se explicará más adelante en el capítulo correspondiente. Pero la primera hace uso de los procedimientos de configuración de la fuente para, de una manera no natural al uso de los recursos que utiliza, imprimir significados que potencian la literalidad del texto.

En el cartel de difusión del filme *Cobardes*, una producción española del año 2008 que reflexiona sobre el acoso escolar (FIG. III.2.1.87), el rótulo identificativo presenta una alteración no ortodoxa de las condiciones básicas de legibilidad. En efecto, el track o espaciado entre caracteres se ha reducido hasta tal punto que provoca un solapamiento o fusión de los glifos, prestando una especial solidez al conjunto tipográfico. Ese efecto gráfico de fusión de caracteres, unido al fuerte peso visual de los glifos debido al ancho de sus astas, señala a la acción de los maltratadores, en el filme los compañeros de clase del niño protagonista, que precisan de la acción conjunta para dar solidez y vehicular su violencia. Visto de otro modo la reducción del track y la consecuente fusión de los caracteres podría expresar el efecto de involución o replegado que puede experimentar el individuo víctima de un acoso sistemático. Sea desde el punto del grupo acosador o desde el punto de la víctima, el empleo de caracteres de caja baja minimiza y reduce la personalidad del rótulo, insistiendo en el repliegue psicológico producido por la acción del acoso. El recurso interventor de la reducción del track es una estrategia heterodoxa toda vez que violenta las estipulaciones de la gráfica del texto afectando negativamente a la legibilidad, aunque produciendo en este caso, y esto es lo que nos interesa, un resultado semiótico que acompaña a la voluntad transmisora. La decisión del empleo de caracteres en minúsculas es

sin embargo una intervención de tipo ortodoxo que, de nuevo en este caso, proporciona significaciones al conjunto tipográfico.

En este otro cartel cinematográfico para una producción estadounidense de 2008 titulada *Thumbsucker* (FIG. III.2.1.88) el conjunto formado por el titular y los textos de reparto y ficha técnica se organizan según una retícula de severidad ortogonal girada en su conjunto. El filme narra la historia de un muchacho muy joven que angustiado por las obligaciones que se derivan de su condición de adolescente se salvaguarda de ellas replegándose sobre sí mismo. La severa articulación ortogonal del texto alude a la asfixiante amenaza del entorno que experimenta el muchacho protagonista, así como el giro de todo el conjunto compositivo, al más puro estilo de las composiciones constructivistas soviéticas de entreguerras, expresa la desestabilización psicológica que le aturde. La composición de texto e imágenes en bloques ortogonales no es en sí misma una intervención tipográfica heterodoxa pero sí lo es el efecto de *plano aberrante*²⁴ determinado por el giro de todo el bloque de composición.

En el poster para *Nymphomaniac I*, una película del realizador Lars von Trier (FIG. III.2.1.89), la utilización heterodoxa de los signos diacríticos de apertura y cierre de paréntesis señalan hacia el elemento genital femenino, lo que está en sobrada complicidad con el argumento del filme. Estos elementos suponen un recurso de intervención de tipo cognitivo por su alusión explícita a un elemento reconocible. Y el uso no ortodoxo de los elementos tipográficos en cuestión justifican su inclusión en el apartado que estamos analizando. Otras estrategias tipográficas mucho menos interesantes se presentan en el cartel del filme *La joya de la familia* (FIG. III.2.1.90) cuya heterodoxia reside en la eliminación de los espacios entre palabras. Para paliar la ilegibilidad que se deriva de ello se recurre a la diferenciación por el color y por los pesos visuales. Lo cual no presenta función semiótica alguna sino que tan sólo supone un recurso a nivel pragmático que favorece la legibilidad.

En el anuncio de prensa de página completa para una bebida refrescante de perfil escandinavo (FIG. III.2.1.91) los textos que acompañan al anuncio, expresados con caracteres latinos, sustituyen algunos de sus glifos por otros de origen escandinavo para expresar así su perfil de procedencia. Esos caracteres se repiten también en el reflejo de las gotas alrededor de la cucharilla y están presentes en el propio logotipo del producto. El empleo de glifos en un texto utilizando tablas

24 Los *planos aberrantes* son planos enfatizadores que por su inusual presencia insuflan de valores añadidos la composición a la que afectan. La ortogonalidad de la composición registrada en un plano aberrante está en conflicto con las orientaciones que les son naturales a dichos objetos de la composición.

venes pubescentes, de pestañas enmarañadas, sin depilar, con la perfecta impunidad que nos concedemos cuando soñamos.

Ahora creo llegado el momento de introducir la siguiente idea: hay muchachas, entre los nueve y los catorce años de edad, que revelan su verdadera naturaleza, que no es la humana, sino la de las ninfas (es decir, demoníaca), a ciertos fascinados peregrinos, los cuales, muy a menudo, son mucho mayores que ellas (hasta el punto de doblar, triplicar o incluso cuadruplicar su edad). Propongo designar a esas criaturas escogidas con el nombre de *ninfulas*.

FIG. III.2.1.85

corriente aLtErNa

FIG. III.2.1.86



FIG. III.2.1.88

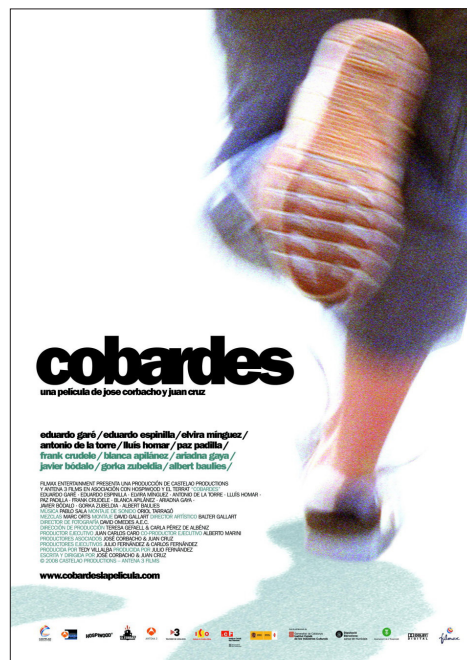


FIG. III.2.1.87

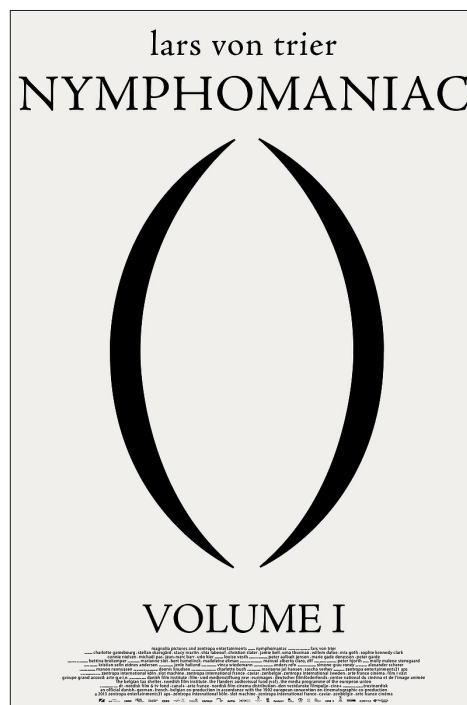


FIG. III.2.1.89



FIG. III.2.1.90

FIG. III.2.1.91

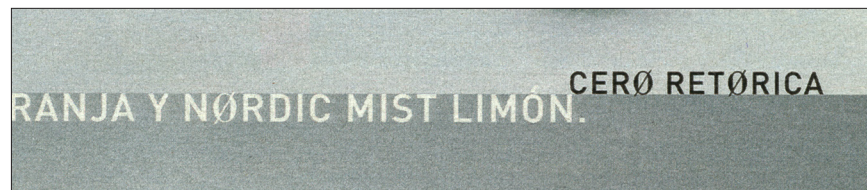


FIG. III.2.1.92



de caracteres cruzadas y de diferente procedencia cultural es una intervención claramente heterodoxa que, en este caso, conlleva significaciones identificadoras que sugieren el origen del producto. En la zona superior de un proyecto de cartel para otra bebida refrescante (FIG. III.2.1.92) el texto que encabeza el anuncio expresa las bondades combinatorias de la bebida en cuestión. Para traducir gráficamente lo que se dice literalmente se ha recurrido a una combinación de fuentes tipográficas dispares, lo que supone una intervención configuradora de tipo heterodoxo.

En esta ilustración para la difusión de la Escuela de Arte de Sevilla (FIG. III.2.1.92B), resuelta por entero con elementos tipográficos, el bloque de texto principal es una relación de todos los planes de estudios y de especialidades artísticas que se ofertan en el centro educativo. Pero en cada una de ellas una de las letras se presenta con un cuerpo tipográfico muy superior a las del resto. La lectura lineal de todas esas letras magnificadas dan como resultado el propio nombre completo del centro. Se trata de una intervención en la configuración de la fuente que, desde la heterodoxia, expresa que la integridad del centro tan sólo se logra mediante la participación de todas y cada una de las especialidades artísticas que en él confluyen. Y, por otro lado, el tratamiento tipográfico constituido por la utilización de dos fuentes diferentes así como los diversos cuerpos tipográficos y el uso del color proporcionan texturaciones tipográficas que son la base gráfica sobre la que se apoya la composición.

En un artículo periodístico aparecido en la revista Semanal de ABC el 5 de mayo de 2013 (FIG. III.2.1.93) el titular del artículo presenta un curiosísimo juego tipográfico. Su presencia no puede ser casual y el efecto es, por lo inusual de su intervención y por su potencial expresivo, tan afín a los contenidos del texto que merece un lugar destacado en la suerte de comentarios semióticos que estamos desarrollando aquí. Se trata de un reportaje sobre la figura del fotoperiodista español Manu Brabo, galardonado con el premio Pulitzer en 2013. Su labor documental en el conflicto libio justifica la literalidad del texto titular del artículo. Su presencia física en el escenario de las revueltas se expresa magistralmente en modo gráfico mediante el recurso tipográfico que consiste en atrapar el astil descendente del carácter /p/ de la primera línea del titular entre los caracteres /d, i/ de la segunda línea. El efecto como decimos no puede ser fortuito por la enorme carga significativa que contiene y por el hecho que, para lograrlo, ha sido necesario reducir drásticamente el espacio de interlínea del texto de encabezado. Todo un alarde tipográfico por parte del maquetador de la revista, haciendo uso heterodoxo de las posibilidades de configuración de la fuente tipográfica.

En último lugar citemos el fenómeno de los *smileys* o *emoticones*. La ingeniosa utilización de los elementos disponibles en las fuentes tipográficas empleadas en los medios de comunicación electrónica tales como chats, mensajes telefónicos escritos, foros web, etc., donde la lógica limitación de la tabla de caracteres no permite, por lo general, el empleo de sutilezas gráficas, ha desembocado en el fenómeno masivo del *smiley*. Con un carácter casi siempre icónico y utilizando los elementos tipográficos el usuario es capaz de expresar estados de ánimo tan diversos como la sonrisa, la carcajada, el enfado, el guiño (FIG. III.2.1.94) y tantos otros con los que el ingenio popular se hace cómplice con las posibilidades retóricas de la forma tipográfica.

LIBRO III. ANÁLISIS Y CLASIFICACIÓN DE LA
CASUÍSTICA ESTRATÉGICA DE LA TIPOGRAFÍA

ACTORES DE LA SEMIÓTICA TIPOGRÁFICA
2. ELEMENTOS DE INCLUSIÓN

LA EXPRESIVIDAD DEL TEXTO puede depender a veces de la participación de elementos de inclusión que lo afecten desde la semiótica. Estos elementos de inclusión que imprimen carácter expresivo pueden actuar externa o internamente al texto. Lo hacen externamente cuando el elemento incluido acompaña al conjunto tipográfico sin que su presencia implique una alteración de la integridad del glifo, mientras que cuando actúan internamente afectan a la integridad formal de uno o varios caracteres del conjunto tipográfico.

Cuando el elemento de inclusión no deconstruye la arquitectura del glifo, esto es, cuando se trata de una inclusión de tipo externo, el factor expresivo puede deberse bien a la presencia de un agente puramente manifiesto o bien a lo que llamaremos un agente virtual. Un agente manifiesto denota su propia presencia y se comporta como un agente plástico que tiene identidad visual propia, con una gráfica que le identifica y singulariza como objeto formalmente independiente de lo tipográfico aunque ligado indisolublemente a él desde lo comunicacional. Por el contrario un agente de carácter virtual no dispone de una presencia física propiamente dicha y su existencia como objeto independiente del texto tan sólo es de carácter sugerido, percibida mediante su presencia virtual. Del mismo modo, cuando el elemento de inclusión afecta formalmente a la arquitectura del glifo en lo que hemos dado en llamar situaciones de inclusión interna, podemos encontrar igualmente casos en los que o bien el factor expresivo depende de agentes inclusivos con una presencia gráfica manifiesta o bien dicho factor se debe a la presencia virtual, no gráficamente presente, del agente que causa el valor de comunicación añadido.

Por otro lado, en las intervenciones tipográficas tanto de tipo externo como interno cuya expresividad depende de la interacción con agentes manifiestos, físicamente presentes en la composición, podemos definir tres categorías diferentes. La primera de ellas debe su expresividad

a la presencia de elementos de orden cromático. La segunda a la intervención de elementos de carácter gráfico. Y la tercera y última a la presencia interventora de elementos de naturaleza puramente tipográfica.

Resumiendo lo anterior en un esquema aclaratorio de las posibles situaciones interventoras por motivo de inclusión, la ordenación resultaría del modo que sigue a continuación.

Acción semiótica por la participación de elementos de inclusión:

1. Intervenciones de tipo externo
 - 1.1. mediante elementos de inclusión manifiestos
 - 1.1.a. de carácter cromático
 - 1.1.b. de carácter gráfico
 - 1.1.c. de carácter tipográfico
 - 1.2. mediante elementos de inclusión virtuales
2. Intervenciones de tipo interno
 - 2.1. mediante elementos de inclusión manifiestos
 - 2.1.a. de carácter cromático
 - 2.1.b. de carácter gráfico
 - 2.1.c. de carácter tipográfico
 - 2.2. mediante elementos de inclusión virtuales

Hacia una comprensión razonada de cada uno de estos apartados, procederemos al comentario de una selección de ejemplos que representen la casuística común a cada uno de ellos.

INTERVENCIONES INCLUSIVAS DE TIPO EXTERNO

MEDIANTE ELEMENTOS MANIFIESTOS DE CARÁCTER CROMÁTICO

En esta viñeta tomada de uno de los volúmenes de la colección del legendario héroe galo Astérix (FIG. III.2.2.1), el personaje representado, un mandatario militar romano, expresa su enojo a través de varios recursos de intervención. Es evidente que la actitud extrema que escenifica está siendo indicada a través de la propia compostura del personaje. Pero el elemento cromático que expresa su grado de irritación es el color amarillo que lo rodea tanto a él como al bocadillo que define el texto, el cual está siendo entonces intervenido por medio de la utilización de un elemento manifiesto, físicamente presente, un color de la gama de los cálidos que, además, presenta un alto grado de saturación. Tanto la condición cálida del color empleado como su nivel de saturación son elementos de intervención que afectan semióticamente al texto en el interior

del bocadillo. Además el color amarillo es un color hiriente, incisivo, que potencia en este contexto la disposición anímica del personaje. Su condición de elemento interventor físicamente presente lo encuadra en el apartado de elementos manifiestos. Y al no interrumpir o alterar la propia integridad de la tipografía, afectándola significativamente desde fuera de ella, se enmarca dentro de los recursos de intervención tipográfica de tipo externo. Además de los recursos comentados, la alteración de la articulación arquitectónica de la tipografía en la última línea del texto, que aumenta progresivamente el cuerpo tipográfico a la vez que inclina progresivamente el eje principal de los glifos imprime significación al texto. Al igual que lo hace el recurso de curvar las pautas principales en esa última línea, dando vivacidad a la queja. El recurso de la repetición de los elementos diacríticos al principio y al final de ese mismo renglón amplifican la potencia del enfado, así como el uso de la onomatopeya aporta un singular carácter expresivo a la interjección. Un último elemento que aporta expresividad al conjunto textual es la deformación del elemento gráfico que partiendo del globo del bocadillo señala hacia el personaje de origen, alterando su aspecto convencional y convirtiéndolo en una especie de rayo zigzagueante que aporta una especie de nerviosa visceralidad al conjunto. De entre todas estas intervenciones comentadas es precisamente la del color la que es objeto de interés principal en este apartado que comentamos. La deformación del elemento indicador que sale del globo del bocadillo es también un recurso de inclusión manifiesto de tipo externo, pero en este caso de carácter gráfico.

En esta otra viñeta de cómic (FIG. III.2.2.2), esta vez con los populares personajes salidos del lápiz del dibujante español Paco Ibáñez, encontramos otro recurso de inclusión de tipo externo, de carácter manifiesto y naturaleza cromática. El texto en su aspecto literal expresa mediante una interjección la violencia electrizante que invade al personaje. Y, al igual que en el ejemplo anterior, el uso del color de fondo que rodea al texto de la interjección incide en el efecto de irritación. Las propiedades de saturación y temperatura aplicadas al color amarillo inciden en su agresividad y ayudan a comunicar las circunstancias de la acción que se escenifica. El hecho de su presencia visible, físicamente manifiesta, indica propiamente su condición de agente expresivo manifiesto. Y su potencial expresivo, que influye al texto sin alterar su integridad tipográfica, proviene de un recurso interventor de carácter externo. Independientemente de ello, existe en esta viñeta otro recurso interventor de carácter externo que afecta semióticamente a lo tipográfico sin transgredir sus formas, es decir influyéndolo desde el exterior. Se trata de las líneas de irradiación que focalizan su expansión en la figura del personaje de la izquierda. Si bien lo significan directamente a él, sin embargo la presencia de su carácter expansivo extendiéndose



FIG. III.2.2.1

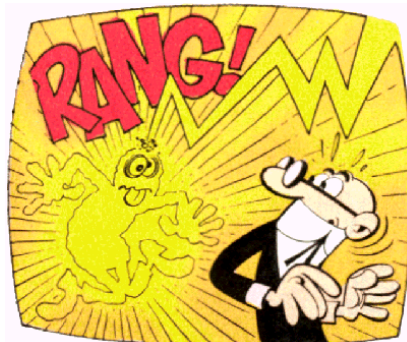


FIG. III.2.2.2



FIG. III.2.2.4



FIG. III.2.2.3

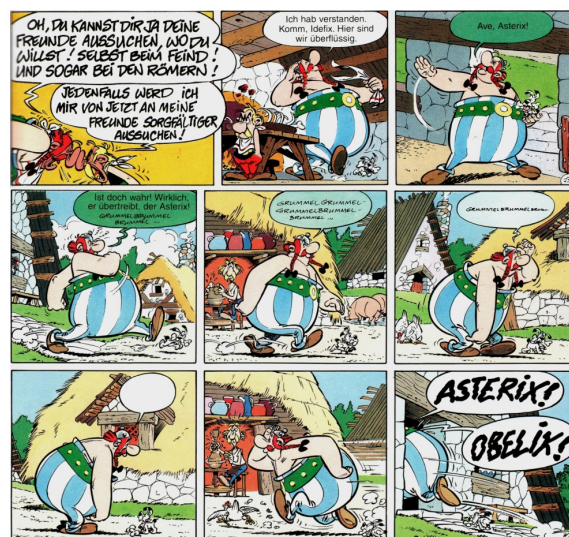


FIG. III.2.2.5

hasta los límites del marco del encuadre afectan también, externamente, al conjunto tipográfico. Y lo hacen entonces con carácter externo y manifiesto, pero evidentemente no de carácter cromático sino gráfico. Otros recursos interventores de naturaleza diferente son la disposición desordenada de los glifos, que violentan su comportamiento reglado sobre la línea de base, la alteración formal de los contornos de los caracteres, el decidido solapamiento de los mismos, el uso de caracteres de caja baja, el enorme cuerpo tipográfico, el fuerte peso visual de las astas de las letras, el signo diacrítico de cierre al final del texto o el color rojo intenso del relleno de los caracteres. Todos ellos recursos de naturaleza diferente a la que analizamos ahora en este apartado pero que incrementan con su participación la cuota comunicacional del texto al cual, desde lo semiótico, modifican.

En el rótulo comercial de un producto limpiador (FIG. III.2.2.3) una serie de recursos interventores inciden en el objeto tipográfico aportando valores comunicacionales que se orientan hacia la expresión de las supuestas bondades funcionales del producto. El recurso cromático de orden manifiesto y carácter externo es el color azul que rodea al texto. Los valores expresivos del color proceden aquí del carácter convencional de su significación. El azul representa socialmente los valores de pureza, claridad, limpieza, sanidad, etc., desde el plano de lo convencional. Un segundo recurso interventor por inclusión, también de carácter externo pero esta vez de naturaleza gráfica y no cromática son los destellos luminosos que centellean en los bordes del rótulo y aluden a una superficie pulimentada exenta de suciedad y polvo. A pesar de que estos elementos, por su efecto de superposición, afectan técnicamente a la integridad de la forma tipográfica disminuyendo en parte su cuota presencial, sin embargo la discreción de la elisión y, sobre todo, el efecto perceptivo por el cual la forma tipográfica se restituye en su completitud en la mente del receptor, desestiman la categorización del efecto como de tipo inclusivo interno, toda vez que no se percibe un daño manifiesto de la forma tipográfica.

Otra utilización del color como elemento de inclusión de tipo externo y que por lo tanto no afecta a la integridad física del texto, aunque sí lo afecta por supuesto desde el plano semiótico, lo tenemos en uno de los cómics de la colección francesa Astérix titulada en castellano Astérix y la Cizaña. En el argumento de la historia el personaje principal que desencadena el conflicto es un sujeto avinagrado y malicioso que tan sólo con la proximidad de su presencia inocular en quien se le acerca la espíritosa esencia de una bilis perversa. Como recurso de inclusión de carácter convencional, y para que el lector quede avisado del contagio, cada vez que algún personaje se inocular con la savia maligna comienza a hablar en un tono bilioso. Y la manera en la que



FIG. III.2.2.6

FIG. III.2.2.7



FIG. III.2.2.8



FIG. III.2.2.9

EQUILIBRIO
DESEQUILIBRIO

FIG. III.2.2.10

gráficamente se representa esa esencia biliosa es tiñendo de un tono verde agrio el bocadillo del sujeto en cuestión (FIG. III.2.2.4). En una de las páginas el mal ha alcanzado al propio compañero de fatigas de Astérix, el simpático y bonachón Obélix. Pero por su natural temperamento, en él la bilis se disipa rápidamente. Y para expresar esa disipación progresiva de la irritación los fondos de color de los bocadillos de las viñetas contiguas pasan rápidamente del verde rabioso al blanco (FIG. III.2.2.5).

INTERVENCIONES INCLUSIVAS DE TIPO EXTERNO MEDIANTE ELEMENTOS MANIFIESTOS DE CARÁCTER GRÁFICO

En este apartado se comentan una suerte de ejemplos que representan la casuística en la cual los agentes que interfieren semióticamente al texto, significándolo, son elementos externos que lo acompañan y que tienen una apariencia gráfica singular cuya forma es la causa del efecto comunicador. En el rótulo *Acusación* (FIG. III.2.2.6) el elemento interventor que nos interesa es la viñeta gráfica que, con forma de mano que señala con su dedo acusador al objeto de su apuntamiento, da sentido y magnifica el discurso literal. Es un elemento de inclusión porque es formalmente ajeno al conjunto tipográfico. Es de tipo manifiesto porque la presencia del elemento perturbador, la mano acusadora, es visualmente identificable. Su condición externa reside en que no afecta en el terreno de lo gráfico a las formas de la tipografía, a la que sin embargo sí afecta semióticamente. Y es evidente su naturaleza gráfica toda vez que, según la clasificación que manejamos, no es puramente cromática ni tipográfica. Independientemente de su efecto comunicacional, otras intervenciones de índole diferente están funcionando en este texto. Por un lado el carácter /A/ acusado se encuentra en evidencia mediante el recurso de separarlo del resto de los caracteres del vocablo con unas prosas laterales inusualmente sobredimensionadas. Para acentuar que el sujeto tipográfico ha quedado al descubierto se ha acrecentado su cuerpo tipográfico. Y la llamada de atención sobre él se subraya mediante la inclinación de los ejes principales de los grupos de glifos contiguos a izquierda y derecha, con una inclinaciones simétricas que, junto con la amplitud del espacio que los separa del carácter señalado, expresan su voluntad de apartamiento.

En el cartel del filme *Sin tí*, una producción española del realizador Raimon Masllorens (FIG. III.2.2.7), el texto titular se acompaña de un elemento de inclusión externo que en alusión a las formas de los caracteres del alfabeto *braille* lo resignifica. La presencia de unos elementos del lenguaje táctil para discapacitados visuales se justifica por el argumento del filme, que narra la historia de un personaje de ficción que a causa de un accidente pierde la capacidad de la visión.

Se trata también aquí de unos elementos incluidos de carácter externo, pues no alteran la integridad de la forma tipográfica. Tienen carácter manifiesto, pues la percepción de los mismos se produce por su condición presencial, la cual se establece mediante la puesta en escena de unos elementos de carácter gráfico. La intervención entonces es inclusiva, de carácter externo, de condición manifiesta y de tipo gráfico. A diferencia de los ejemplos anteriores ninguna otra intervención tipográfica parece afectar aquí al texto, siendo ésta sólo la que sobradamente añade los valores oportunos al conjunto tipográfico.

En el ámbito de la obra artística los poemas visuales del catalán Joan Brossa se construyen con frecuencia a partir de la letra /A/ como en esta pieza *Alfa*, de 1986 (FIG. III.2.2.8), en el que el primer carácter del alfabeto alude a lo primigenio y nos saluda con un gesto de su chistera. El sombrero es el elemento de inclusión externo que, sin alterar su integridad formal, resignifica el glifo y le infunde el valor de la salutación. También de Joan Brossa es este otro poema denominado *Letra bailarina* (FIG. III.2.2.9). Se encuentra en una de las salas de la Biblioteca Santa Oliva en Olesa de Montserrat, una pequeña localidad barcelonesa que en sus fondos bibliotecarios dispone de una selección de obras del artista. Es un poema visual corpóreo en el que un carácter /A/ se repite y evoluciona progresivamente pasando desde su posición reglada a otras que evocan el libre vuelo y la imaginación, en alusión al carácter sugestivo del acto de la lectura. La invitación al vuelo se expresa a través de las dos mecedoras que acompañan al poema formando parte de él; unos elementos de inclusión corpóreos que con su manifiesta presencia añaden valores a las formas tipográficas sin transgredirlas formalmente pero alterando su valor semiótico.

En estas dos composiciones (FIG. III.2.2.10) ninguna intervención tipográfica en especial añade visualmente valor al contenido literal del mensaje. En última instancia se puede aducir que en el primero de ellos, *Equilibrio*, el uso de unos caracteres de caja alta que por su condición de tales se inscriben en un marco ortogonal simple, y la condición vertical de los ejes principales de los glifos, ayudan aunque no exactamente aluden a la quietud y al equilibrio. Pero en el segundo de los ejercicios de rotulación esas mismas características están incluso en contradicción con la literalidad del discurso que declara. La interacción con un sencillo elemento gráfico de tipo externo que los acompaña sin alterarlos formalmente pero afectándolos comunicacionalmente los transfigura y los resignifica, potenciando el valor de la literalidad (FIG. III.2.2.11). Tanto en el primer como en el segundo caso el elemento de inclusión actúa como agente significativo que con su presencia y su disposición indica el punto de estabilización donde los pesos se equilibran. El violento desplazamiento sobre el punto medio que presenta el segundo de los ejemplos desestabiliza el rótulo y expresa visualmente el contenido del discurso.

En esta rotulación (FIG. III.2.2.12) la literalidad del texto está en consonancia con la apariencia de la propia forma tipográfica. El efecto de desplazamiento queda expresado por la utilización de una cursiva de eje inclinado. La forzada inclinación del eje tipográfico, más allá del ángulo habitual de una cursiva, imprime velocidad. El efecto de desplazamiento hacia la derecha queda favorecido por la propia orientación izquierda-derecha del sentido de lectura en nuestra cultura occidental. La velocidad con la que se lleva a cabo la huida se comunica por la violencia con la que se deforma el texto y el pronunciado *ataque*¹ que esa violencia provoca en él. Y la premura y visceralidad del impulso se expresa por el empleo de un color caliente. Exactamente lo mismo sucede con este segundo ejemplo (FIG. III.2.2.13) donde el sentido literal del texto no se contradice con el pronunciado desplazamiento hacia la derecha que se evidencia de forma manifiesta. Los recursos empleados son los mismos en uno y otro caso y, por tanto, aunque el mensaje altere su literalidad la combinación recursiva que les afecta les infunde valores expresivos equivalentes. Sin embargo, si hacemos intervenir en este segundo ejemplo un recurso tipográfico externo de carácter gráfico (FIG. III.2.2.14) de inmediato la percepción del desplazamiento del texto se altera. La presencia de los elementos triangulares que apuntan amenazadoramente al texto hacen retroceder a éste, en lo que supone un cambio de sentido del desplazamiento percibido, que si antes era de avance ahora es de retroceso. Es preciso añadir que ese efecto de movimiento inverso, provocado por la participación de los agentes externos de inclusión, se debe también a otro recurso más sutil. En efecto, si los agentes de inclusión se hubiesen aplicado a la expresión literal *huida*, la percepción del retroceso no hubiera tenido lugar por el hecho de que la primera de las letras de la palabra, la /h/, tiene una arquitectura que se orienta hacia la derecha mientras que la primera del vocablo elegido, la /a/, se orienta hacia la izquierda. La arquitectura de este glifo imprime un efecto de huída sí, pero hacia atrás. Lo que quiere decir que en ocasiones, independientemente de los recursos de intervención tipográfica aplicados al texto, hay que atender a las posibilidades que procura la propia articulación del glifo. En el caso del ejemplo y para acrecentar el efecto de retroceso se ha magnificado el tamaño del primer carácter acrecentando su cuerpo tipográfico al objeto de hacer recaer sobre él la máxima tensión, aumentando así el efecto perceptivo. La diferente orientación natural de los glifos puede influir en el resultado de la acción semiótica aplicada sobre ellos y por tanto

1 El *ataque* de una forma tipográfica se manifiesta en los comportamientos agresivos de sus contornos, y suele ser una consecuencia de una violenta inclinación de los ejes de las letras, aunque en ocasiones el ataque se produzca también en glifos del tipo romano, de eje vertical.

EQUILIBRIO



FIG. III.2.2.11

DESEQUILIBRIO



huída

FIG. III.2.2.12

amenazado

FIG. III.2.2.13

 *amenazado*

FIG. III.2.2.14

INOCENTE 

FIG. III.2.2.15

la observación de este condicionante anatómico puede ser a veces crucial. Si atendemos a los caracteres de caja alta, una buena parte de nuestros glifos occidentales, directamente heredados de los caracteres lapidarios de la antigüedad clásica latina a través de la recuperación que de ellos hizo el humanismo renacentista, *miran* de frente. Esto es, que su arquitectura se articula según un eje de simetría vertical tal como sucede en los glifos /A, H, I, O/ etc. Del resto de caracteres, la mayoría de ellos se orientan hacia la derecha, como en los casos /B, C, D, E, F/ etc. Tan sólo dos caracteres de caja alta invierten su sentido, los glifos /J, Z/, que miran hacia la izquierda. Históricamente se justifica por el hecho de que el primero de ellos, el carácter /J/, es una creación tardía posterior al periodo latino clásico. Mientras que el otro carácter, /Z/, es un glifo que no es de origen latino sino griego. La orientación hacia la derecha de la mayoría de los caracteres occidentales modernos que presentan voluntad de direccionalidad es una consecuencia del hábito de escritura en sentido izquierda-derecha que ya desde el periodo imperial de la antigüedad latina se establece como norma. A colación de la orientación de la arquitectura de los glifos, en una comedia cinematográfica española de los años cincuenta una de las escenas del filme recogía el momento en el que un grupo de muchachos, enfundados cada uno de ellos en una letra tridimensional gigante que los cubría hasta la altura de las rodillas, trabajaban como cartel-ambulante caminando en fila india y conformando así el nombre completo de la marca que anunciaban. En un momento dado uno de los muchachos ve en la distancia a su novia platicando obsequiosamente con otro chaval. Enfurecido, abandona enérgicamente la fila de letras y se encamina hacia donde se encuentra la muchacha. La visión de una letra abandonando a toda prisa la comitiva y sembrando el desconcierto entre las otras letras es de por sí cómico. Pero más cómico es aún el siguiente plano en el que vemos, a la izquierda del encuadre, a una acalorada letra que discute apasionadamente con la chica, situada en el área derecha del fotograma. El efecto de enfrentamiento entre la letra indignada y la muchacha sorprendida no hubiese sido posible de no ser porque la arquitectura de la letra, en el área izquierda del fotograma, tenía una orientación natural hacia la derecha permitiendo así percibir el encaramiento entre ambas partes de la esperpéntica disputa. Otro ejemplo que depende de la direccionalidad del glifo es este rótulo (FIG. III.2.2.15) en el que uno de los elementos del texto ha sido objeto de chanza a consecuencia de un despiste ocasional. El elemento de inclusión externo, un monigote de papel de aquellos que se utilizan de manera recurrente el día de los inocentes para dejar en evidencia la candidez de la víctima, se ubica donde corresponde. En la espalda del individuo embromado. El volteo del carácter /E/ afectado por el elemento de inclusión indica una posición inhabitual



FIG. III.2.2.16



FIG. III.2.2.17

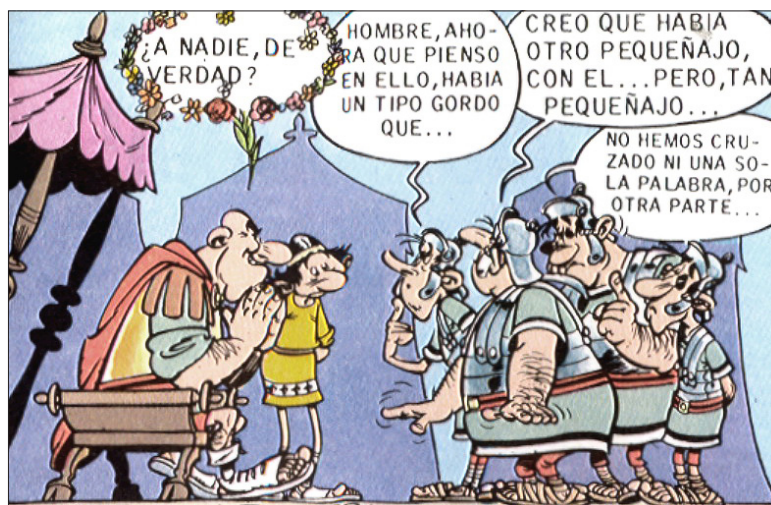


FIG. III.2.2.18

EXPANSIÓN

FIG. III.2.2.19

del glifo, en expresión de un coyuntural despiste. La inusualidad de la posición del carácter se acentúa todavía más por el hecho que existe en el mismo texto otro carácter /E/ que sí mantiene su orientación reglada.

A veces el agente de inclusión externo añade valor al texto empleando el mecanismo de lo convencional. En esta viñeta de un cómic de la colección Astérix, el héroe galo, un personaje se representa en actitud de tramar una argucia (FIG. III.2.2.16). Pero el lector intuye que las risitas son mudas porque la forma del bocadillo en el que se encuentran tiene los contornos en forma de nube. Y los bocadillos de nube son, en el contexto de la gráfica del cómic, un convencionalismo aceptado que indica que el texto en su interior sólo tiene voz en la imaginación del personaje. La forma del bocadillo es aquí un recurso de inclusión que interviene a la tipografía y la influye semióticamente desde el exterior, sin alterarla físicamente. En otra viñeta de la misma colección (FIG. III.2.2.17) el principal de un destacamento romano se muestra visiblemente enojado. La percepción de su enojo la experimentamos en gran medida por las formas violentas y expansivas con las que se dibuja el contorno del bocadillo que contiene el discurso literal del personaje. Es este también un elemento de inclusión externo que da significación al texto al que afecta. Pero a diferencia del caso anterior no se trata en este caso de un recurso de tipo convencional sino que basa su potencial expresivo en las propiedades comunicativas de la forma en abstracto. El hecho de recurrir a contornos con ángulos muy apuntados y con un ritmo de repetición acelerado, así como el efecto expansivo que depende de la irradiación de los ejes de las formas apuntadas que parten del contorno del bocadillo, son los recursos cuya expresividad reside en el propio comportamiento formal del gesto gráfico utilizado. En un tercer ejemplo obtenido también de la misma colección francesa, un centurión romano conmina a una patrulla, que vuelve al campamento tras un reconocimiento de rutina, a que le respondan a su requerimiento (FIG. III.2.2.18). Las patrullas son, en sus vueltas de reconocimiento, sistemáticamente atacadas por los galos de la aldea vecina. Por el aspecto que presentan los soldados no cabe duda alguna acerca del desafortunado encuentro. Pero el centurión insiste en querer oír de propia boca de la patrulla el motivo de su deshonor. Y al no obtener respuesta clara, intenta sonsacarles con buenas y amables palabritas. Y es aquí donde interviene el elemento de inclusión externo que, precisamente, se produce también en el contorno del bocadillo rodeándolo con un ramillete de florecillas silvestres que le infunden, a las palabras del aguerrido centurión, un cierto tono de falsa feminidad e inocente requisitoria.

OPRESIÓN

FIG. III.2.2.20



FIG. III.2.2.21



QVI-
XOTE
IV CENTENARIO

FIG. III.2.2.22



FIG. III.2.2.23



FIG. III.2.2.24



En el texto del ejemplo siguiente (FIG. III.2.2.19) el efecto expansivo se traduce, además de por la literalidad del texto, por el empleo de una fuente *extendida*² que sobredimensiona el *espesor*³ de los glifos y le inculca un potencial expresivo de perfil expansivo. El mismo recurso interventor se aplica a este otro texto (FIG. III.2.2.20) que sin embargo se encuentra en franca contradicción con el mensaje literal. Sin embargo la inclusión de elementos recursivos externos podría invertir su significación. En efecto, mediante la inclusión de dos elementos cuadrangulares contiguos al texto por encima y por debajo de él (FIG. III.2.2.21) el efecto de direccionalidad horizontal de carácter expansivo se torna en otro movimiento de dirección vertical opresivo a causa de la participación de esas dos pesadas masas rectangulares.

En el logo diseñado con motivo de la celebración del cuarto centenario de la primera edición del Quijote (FIG. III.2.2.22) el elemento de inclusión externo que da sentido al conjunto es el aspa sobre la composición del texto. La forma del elemento alude a las aspas de un molino de viento que, como se sabe, forma parte de la escenografía de una de las escenas más conocidas de la novela. El cuerpo del molino queda sugerido por el texto a tres líneas y en una sola columna. Por otro lado los colores expresan la nacionalidad del autor, mientras que la forma en cruz no sólo apunta a las aspas del molino sino que señala también a uno de los caracteres del título de la obra expresada en castellano antiguo. Las formas tipográficas en sí mismas no actúan como continente semiótico, de la misma manera que sucede en el logotipo de una firma de juegos educativos infantiles (FIG. III.2.2.23). La severidad de la tipografía, un tipo en gótica de espesor estrecho, en mayúsculas y de color negro, se acompaña de un elemento de inclusión externo; un círculo de siluetas de color alterno expresa por un lado el carácter infantil del producto y por otro su perfil participativo mediante el enlace de los monigotes.

Este elemento tridimensional (FIG. III.2.2.24) formó parte de una campaña lanzada en el verano de 2012 en la ciudad de Viena. El objetivo era la concienciación ciudadana hacia el mantenimiento de la limpieza en las calles de la ciudad. La interjección *Stop* alude a la necesidad de evitar los hábitos inciviles. Pero el elemento de inclusión que precisamente aporta expresividad al texto es el contorno octogonal que lo rodea y que por su forma, color y tratamiento se referencia claramente a las señales de *Stop* de la señalética internacional para el tráfico rodado.

2 Las fuentes del tipo *extendido* son aquellas cuya huella tipográfica u *qjo* del tipo tiene una dimensión horizontal mayor que las del tipo *lectura* o normal.

3 El *espesor* del glifo es la medida horizontal de la huella tipográfica más los espacios de *prosa*.

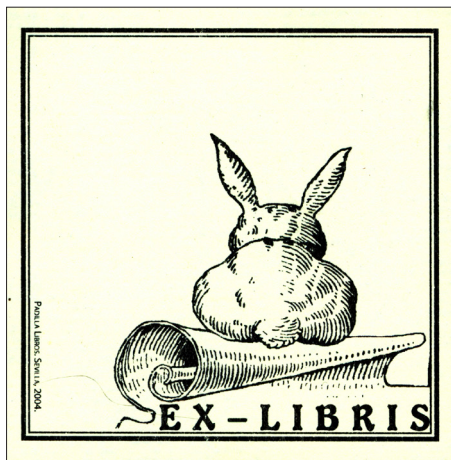


FIG. III.2.2.25

FIG. III.2.2.26

ESTRENOS

12 Elegir a un desconocido para protagonizar una de las películas más caras de la historia del cine tiene sus riesgos, aunque también hay ventajas. Consciente de ello, **Bryan Singer** ha rodeado al debutante **Brandon Routh** (3 de octubre de 1975, Iowa), actor con cierta experiencia televisiva y nula cinematográfica, de un competente grupo de veteranos que saben muy bien lo que hacen. No solo **Kevin Spacey** aporta su talento en la piel del villano Lex Luthor, también tenemos a la inolvidable protagonista de *Con lo muerte en los tonos*, **Eva Marie Saint**, al actor fetiche del director, **James Marsden** (Cyclope en los *X-Men*), a la musa del cine independiente **Parker Posey**, al siempre inquietante **Frank Langella**, a la bella **Kate Bosworth** (*Wonderland*) como Lois Lane y hasta **Marlon Brando** en una aparición montada por medio de imágenes de archivo sacadas del *Superman* que **Richard Donner** dirigió en 1978.

La historia que nos cuenta este nuevo *Superman*, sin duda el más espectacular de toda la serie, saga que cuenta con cuatro films, el último de ellos estrenado en 1987 y todos con el fallecido **Christopher Reeve** como protagonista, nos presenta un mundo en crisis, caos que lleva ya cinco largos años, desde la misteriosa desaparición de *Superman*. Sin él, el crimen ha crecido alarmantemente en la ciudad de Metrópolis y en todas partes. Además, Lex Luthor, que acaba de salir de la cárcel, planea ejecutar actos destructivos con la intención de emplear los secretos tecnológicos de *Superman* para su propia ganancia y gloria. Lois Lane, periodista del *Daily Planet* y la mujer al que *Superman* ama, ha rechecho su vida desde que él se marchó sin dejar rastro ni explicación. Acaba de ganar un Pulitzer por su ensayo, "Por qué el mundo ya no necesita a *Superman*." Ahora Lois tiene otras cosas en que pensar: está comprometida con el sobrino del editor y tiene un hijo al que cuidar. Pero para *Superman*, la larga búsqueda para encontrar su lugar en el universo termina en la granja de los Kent, la única familia que ha conocido. Su destino está en Metrópolis, donde al mirar a los ojos de Lois, se da cuenta que este sí, entre la gente imperfecta pero buena del planeta Tierra, es su verdadero hogar. Y con el plan de Lex a punto de llevarse a cabo tan solo horas después de su regreso, el mundo necesita a *Superman* ahora más que nunca.

Superman Returns se podría considerar como el descendiente espiritual de *Superman: The Movie* y *Superman II*, entre otras cosas porque emplea elementos de la interpretación de Brando en el papel de *Jon-El*. «Creo que lo decidí de hacer una especie de

38 CINERAMA

Por otro lado el tratamiento del contorno tipográfico, con esa deconstrucción singular de los perfiles, imita el gesto casual de una caligrafía resuelta descuidadamente a golpe de brocha y cuyo efecto expresivo es de impronta y visceralidad. Además la gráfica con la que se resuelve el soporte juega con el factor sorpresa pues la primera lectura es la de una señal de tráfico que ha sido intervenida. Pero el tono cariñoso y amable queda expresado también en el recurso de sustitución del carácter /O/ por la forma convencional de un corazón, un elemento de carácter simbólico que expresa afabilidad.

Los *ex-libris* son unos indicativos que acompañaron tradicionalmente al libro, especialmente al libro antiguo, y con los cuales se certifica la propiedad del mismo. Hoy incluso, de modo un tanto nostálgico, los *ex-libris* siguen utilizándose. La imprenta Padilla Libros, con sede en Sevilla, pone a disposición de su público una buena cantidad de ellos, todos con un diseño propiedad de la imprenta. Este que vemos aquí es uno de ellos (FIG. III.2.2.25). El espacio vacío se utiliza para que el propietario escriba su nombre o código que le identifique. En este en concreto encontramos un juego de intervención tipográfica en el que, de modo manifiesto, un elemento de inclusión externo juega semióticamente añadiendo un valor de doble sentido al texto impreso. En efecto, el conejito sentado sobre el pergamino puede producir cierta estupefacción, por lo inexplicable. Pero en cuanto caemos en la cuenta que el canto visible de ese pergamino adopta la forma de un carácter /S/ entendemos el cambio de literalidad y la interacción de ésta con la figura del animal. Podría suponerse que se trata en este caso de un juego de sustitución y no de inclusión, pues el glifo /S/ se sustituye por la línea de borde del pergamino. Pero el texto nativo no contiene tal carácter y su lectura subliminal es sin duda un elemento de inclusión que interviene al texto original, resignificándolo traviesamente.

A veces los titulares de prensa y especialmente los de revistas profusamente ilustradas contienen juegos de intervención que de algún modo activan la vivacidad de su lectura y captan en mayor o menor medida el interés del lector. En esta página de la revista *Cinerama* (FIG. III.2.2.26) el texto titular cobra significados añadidos por medio del elemento figurativo que lo acompaña. Ni la disposición oblícua del texto ni la irregularidad de su justificación expresan por sí mismos la naturaleza del mensaje. Pero la inclusión de la familiar figura del héroe americano de ficción convierte al texto en una estela del personaje y le imprime movimiento. El texto secundario que acompaña al titular se dispone junto al bloque principal adoptando el mismo comportamiento y actuando también como estela de movimiento.

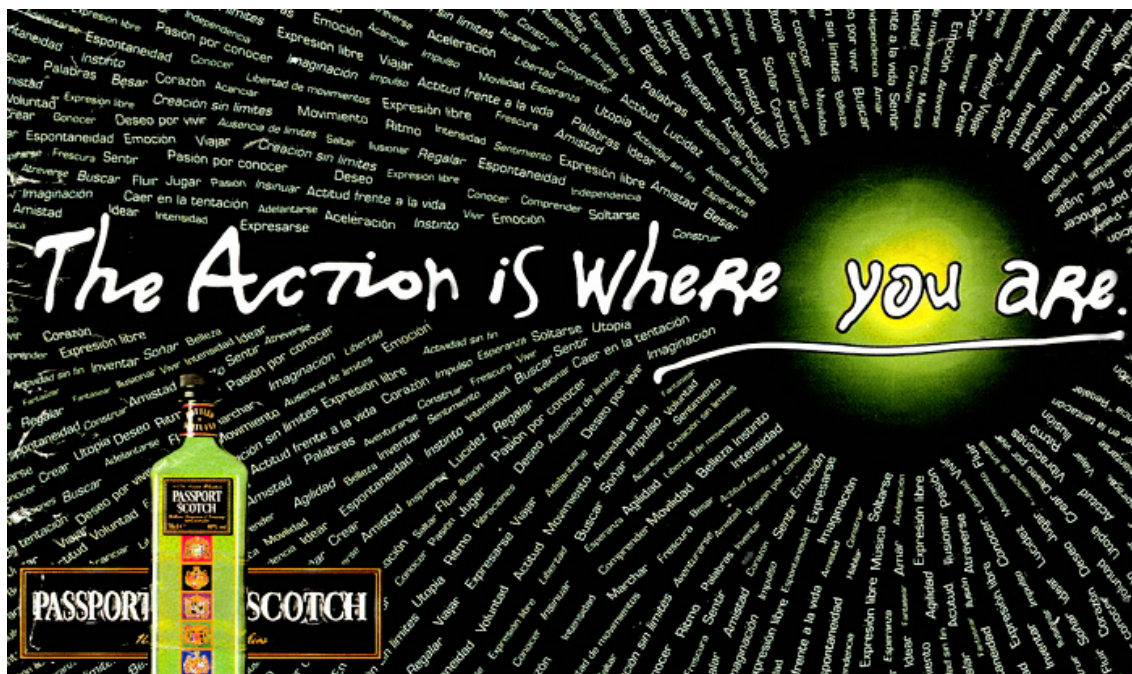


FIG. III.2.2.27

FIG. III.2.2.28



FIG. III.2.2.29



FIG. III.2.2.30

En el anuncio de prensa en formato de tercio de esta bebida alcohólica (FIG. III.2.2.27) la frase que encabeza el discurso con funciones de slogan, *La accion está donde tú estés*, hace recaer el punto de atención sobre el vocablo *tú*. Al menos hay tres recursos tipográficos de inclusión que intervienen ese momento del texto y que son de tipo manifiesto y carácter externo. Por un lado está el aura que rodea la palabra, con un tono verde intenso que se asocia automáticamente con el color del licor que se anuncia. Se trata de un elemento de intervención de carácter cromático. Los otros dos recursos inclusivos externos son sin embargo de naturaleza tipográfica. Uno de ellos es el elemento de subrayado, que enfatiza la presencia del sujeto. Y el otro es la textura tipográfica que rodea al término enfatizado, imprimiéndole unas bondades que se derivan de la eventual lectura de algunos de los términos que componen esa trama. La textura tipográfica ocupa como vemos todo el plano de fondo de la composición pero el motivo al que apunta es sin duda el momento literal que nos ocupa debido a la disposición radial que, con centro en la palabra, reordena y afecta a cada componente de la textura tipográfica.

En este curioso ejemplo (FIG. III.2.2.28) el recurso interventor no es en puridad uno de los agentes compositivos sino el soporte mismo de esa composición. Se trata de unos pasajes del Libro del Génesis del Antiguo Testamento. El texto está muy adecuadamente caligrafiado con caracteres hebreos. Pero la inusualidad del soporte, un huevo, magnifica tremendamente la percepción del mensaje, toda vez que la figura del huevo actúa como elemento simbólico que alude al proceso de la creación. El huevo en sí mismo es por tanto un elemento de inclusión que afecta semióticamente al texto externamente a él, sin transgredir su natural articulación, presentándose en modo manifiesto. En este caso el propio soporte actúa como agente semiótico, en un juego interesante de complicidades que da sentido a la conocida sentencia de Marshall MacLuhan, *el medio es el mensaje*.

El logo profesional del diseñador gráfico Isaac Paris (FIG. III.2.2.29) juega con el carácter inicial del nombre de pila, el glifo /I/ al que se le incluye el elemento gráfico que actúa como referente icónico de la capital de Francia por alusión al edificio que la simboliza. De este modo el apellido del diseñador elude su literalidad aunque se encuentra presente visualmente, sugerido por el recurso interventor que externamente al texto, el carácter /I/, lo acompaña completando su discurso. Otro recurso de tipo externo lo encontramos en este rótulo de carnaval (FIG. III.2.2.30). El agente de inclusión externo que potencia el contenido literal se encuentra en el carácter /C/. Un cucurucho de carnaval actúa a modo de tocado del glifo y con ello le confiere un status singular, personalizándolo. A pesar de que técnicamente considerado el grafismo del



FIG. III.2.2.3 I



FIG. III.2.2.3 2

cucurucho hiere, seccionándolo, al carácter sobre el que se apoya sin embargo el daño es irrelevante en tanto en cuanto perceptivamente el carácter /C/ no ha perdido para el observador su esencial integridad. Sin embargo la situación es diferente en el caso de la intervención que se produce en el carácter /A/. En esta ocasión el agente interventor, el antifaz, se encuentra en sustitución de uno de las partes de la arquitectura del glifo, el asta transversal. Por lo tanto se trata, en efecto, de un recurso de inclusión pero no de carácter externo sino interno toda vez que su presencia modifica la integridad física del carácter al que afecta. Independientemente de esto la caprichosa alternancia de caracteres de caja alta y baja alude a una actitud traviesa que transgrede lúdicamente las reglas de conveniencia, algo que se posiciona en consonancia con el espíritu del propio evento anunciado.

En el proyecto de logotipo para un champú infantil (FIG. III.2.2.3 1) la naturaleza externa o interna de los recursos interventores de inclusión pueden a priori prestarse a debate. No cabe duda acerca de los elementos externos de inclusión, las dos pompas de jabón que sobrevuelan el carácter /o/ alejándose de él. Sin embargo la tercera pompa de jabón se posiciona de tal modo que hace coincidir sus contornos con los del contrapuzón de la letra en la que se cobija, encajándose de algún modo en ella. Al no alterar la huella del carácter podría pensarse que se trata también de un elemento de inclusión externo, aunque la posición en el interior del tipo hiciera pensar lo contrario. El criterio para decidir el carácter externo o interno de esta intervención es más sutil. Se trata efectivamente de una inclusión de tipo interno, pero no por estar posicionada en el interior de la letra sino porque altera su integridad como carácter tipográfico. Y lo altera porque los espacios interiores de la letra, lo que se conoce propiamente como contrapunzón, han sido violentados hasta el extremo de su supresión. De este modo, los dos elementos que en forma de pompa de jabón sobrevuelan la letra son elementos recursivos de inclusión de tipo externo mientras que la tercera pompa lo es de tipo interno.

En un cartel difundido por la Asociación Cultural de Orihuela con motivo de concienciar sobre la importancia de los valores del patrimonio cultural autoctóno (FIG. III.2.2.3 2) el motivo principal de la gráfica del cartel es un carácter /C/, que simboliza el hecho cultural por la utilización del glifo inicial. Los elementos de inclusión que añaden valores a la tipografía son los elementos lineales que en forma de cuerda se enlazan con las remates del carácter y parecen jalar de él en direcciones contrarias. Evidentemente en relación al uso interesado que del hecho cultural se hace, a veces, desde diferentes estamentos. La desestabilización está expresada en el cartel por el giro violento del eje vertical del carácter perjudicado. Por otro lado la seriedad

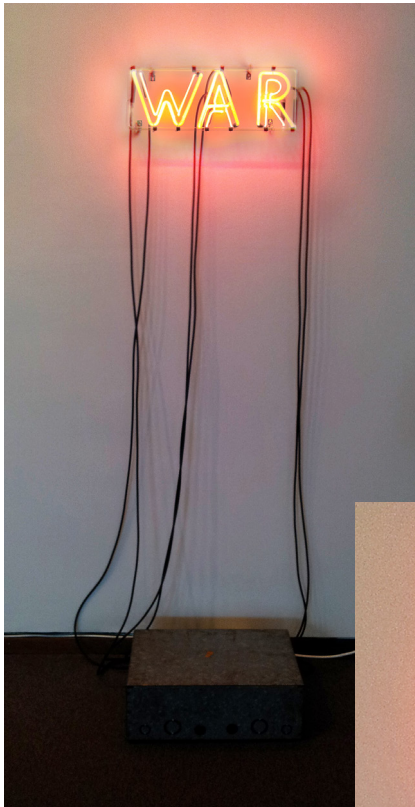
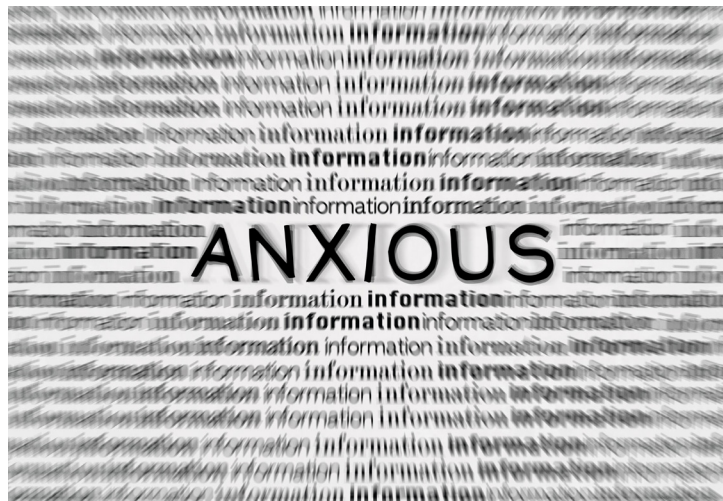


FIG. III.2.2.33



FIG. III.2.2.34



connatural al hecho cultural se establece mediante el uso de una fuente de rigor geométrico cuyo peso específico, expresado a través de un tipo de gruesas astas, parece resistir al envite de los intereses enfrentados.

En esta pieza del artista estadounidense Bruce Nauman titulada *Raw War*, de 1970 (FIG. III.2.2.33), expuesta en la colección permanente de la Neue Nationalgalerie de Berlín se advierte del peligro de una manipulación interesada que pueda activar la espoleta de la contienda. La candencia del peligro se expresa mediante la utilización de unos elementos tipográficos resueltos en neón que, encendidos, expresan con su potente radiación rojo anaranjada la inminencia del conflicto. Ese recurso es una intervención tipográfica de inclusión pero no externa, sino interna. Y no gráfica, sino cromática. El recurso de inclusión manifiesto y de orden gráfico externo que se está aplicando a este texto son las potentes líneas de cableado eléctrico que forman parte de la obra y la resignifican en el sentido que ese grueso cableado simboliza las vías de manipulación interesada que alimentan la conflictividad y caldean la situación, literalmente encendiéndola.

INTERVENCIONES INCLUSIVAS DE TIPO EXTERNO

MEDIANTE ELEMENTOS MANIFIESTOS DE CARÁCTER TIPOGRÁFICO

Se agrupan en este apartado los casos en los que los elementos interventores que aportan expresividad al conjunto tipográfico son inclusivos, externos, manifiestos, y de carácter exclusivamente tipográfico. De este modo son los propios elementos alfanuméricos los que proporcionan valor añadido a los elementos tipográficos que vehiculan la literalidad del mensaje.

A través de la composición tipográfica *Anxious*, Ansioso (FIG. III.2.2.34), se expresa la presión obsesiva que produce un entorno comunicacionalmente sobresaturado. El texto principal se encuentra rodeado de una textura constituida enteramente por elementos tipográficos que repiten sin descanso el término *information* incluso más allá del propio marco de la composición, expresado por el corte a sangre de los textos que se acercan a los límites del cuadro. De por sí este solo recurso implica la expresión de un desborde informativo. La variedad discordante de la información viene referida por el uso indiscriminado de fuentes tipográficas dispares. Y el efecto explosivo de esa afluencia informativa se declara gráficamente mediante el efecto expansivo que tiene centro en el texto principal, victimizado así por su posición en la composición y por ser también el epicentro de la irradiación. La textura tipográfica en sí misma y los recursos de irradiación y de corte a sangre en los bordes de la composición son todos ellos recursos de intervención tipográfica inclusiva, de tipo externo, manifiesto y específicamente tipográfico. Por otro lado otros recursos de diferente naturaleza intervienen y potencian el valor semiótico



FIG. III.2.2.35

Change
C

FIG. III.2.2.36

Families

FIG. III.2.2.37

del discurso. El texto principal al centro de la composición presenta un efecto de irregularidad en las posiciones de los ejes de los glifos, que se inclinan aleatoriamente a uno y otro lado de su orientación natural, en expresión del caos y la desubicación. La dinamicidad de la acción se expresa gráficamente por la estela de los glifos. La confluencia entre las intervenciones tipográficas del texto principal y las que recaen en la textura tipográfica que lo rodea comunican con eficacia los valores que transmite la composición.

En una intervención urbana del prolífico artista del *street art* contemporáneo Banksy (FIG. III.2.2.35), se establece un juego tipográfico suficientemente elocuente. En la intervención se representa, al más puro estilo del artista, una declaración que aboga por la presencia singular activa de nuestras actitudes personales aunque ésta sea a menudo minimizada o incluso anulada por la acción coactiva de una autoridad superior. Y esto se consigue por dos vías. Evidentemente una de ellas es la vía puramente literal en la que se desarrolla puntualmente el texto que constituye la proclama. La otra vía es específicamente gráfica. En ella se utilizan dos fuentes tipográficas bien distintas. La primera, la que subyace por debajo del elemento coactivo, antecede a éste y se expresa mediante una fuente de carácter manuscrito, muy personal, donde el gesto caligráfico y el ductus aluden al origen personalizado de la llamada. La otra tipografía es de carácter reglado. Emplea una arquitectura de glifo de carácter construido, de ingeniería, de protocolo, de poder instituido. La fría regularidad de su anatomía contrasta con la gestualidad de la anterior y evoca el carácter anónimo de la oficialidad. La voluntad de anulación se transmite mediante la superposición y mediante el efecto de daño e ilegibilidad que ocasiona en el texto inferior. El color rojo es expresión convencional de la prohibición, de la negatividad. Y el marco rectangular en el que se inscribe el texto expresa lo coactivo mediante el peso visual del rojo. El uso de una mayúscula de astas gruesas y de severa arquitectura imprime carácter al conjunto del texto superior y declara la irrevocabilidad de su pronunciamiento. Por otro lado su orientación desnaturalizada anula el ritmo natural del texto inferior, sometiéndolo. En definitiva, de entre las diferentes intervenciones tipográficas que confluyen en este excelente trabajo la que justifica su inclusión en este apartado es precisamente la que con naturaleza tipográfica afecta al texto manuscrito situado al fondo.

En este rótulo la sencilla apariencia de su gráfica contrasta con la densidad de su discurso (FIG. III.2.2.36). En el texto *Change*, Cambio, un carácter ha sido anulado mediante un pequeño trazo y acompañado de un posible carácter de sustitución, el carácter /c/, que convierte al vocablo anterior en otro muy diferente, *Chance*, Oportunidad. Se trata de la oportunidad que

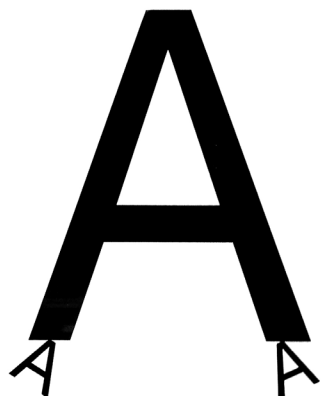


FIG. III.2.2.38

B RCELON

FIG. III.2.2.39



FIG. III.2.2.40



FIG. III.2.2.41



supone el cambio. El elemento de inclusión de orden manifiesto y carácter externo y tipográfico es evidentemente el carácter /c/. En este otro rótulo (FIG. III.2.2.37), del diseñador y tipógrafo norteamericano Herb Lubalin, la potenciación gráfica de la literalidad del texto se produce magistralmente mediante la adición de un simple signo diacrítico, el punto, colocado en un lugar inusual, sobre el carácter (l). La sorpresa de la intervención sumada a la casualidad de los caracteres /i/ que lo acompañan sugiere, a partir de la propia literalidad del texto, el concepto de lo familiar por la multiplicidad de elementos sintéticamente humanizados. Insistiendo en el concepto de lo familiar el diseñador ha recortado la altura del ojo medio del carácter /i/ situado a la derecha en orden a presentar la diversa personalidad de los componentes del grupo. Un ejemplo, magnífico por su sencillez, de una inclusión externa de carácter tipográfico y naturaleza evidentemente heterodoxa.

En la esfera de lo artístico el catalán Joan Brossa expresa con su omnipresente carácter /A/ de caja alta (FIG. III.2.2.38) la condición que da título a la obra, *Imant*, Imán, un poema visual del año 1975. Los elementos interventores que conforman el discurso desde la gráfica son por supuesto los dos pequeños caracteres que se elevan desde sus posiciones regladas en la línea de texto inferior hasta los extremos de las astas inclinadas de la enorme /A/ que los atrae. También en el ámbito de la obra artística esta pieza de Richard Hamilton trabaja con inclusiones externas de orden tipográfico (FIG. III.2.2.39). En la pieza, titulada *Advertisement*, de 1975, Hamilton lleva a cabo una apropiación estética al utilizar las propiedades gráficas del logotipo de la conocida firma Ricard (FIG. III.2.2.40) empleando la misma fuente y los mismos colores y efectos identificativos del *brand*⁴, pero interviene al logo con una /H/ suplementaria que transfigura la literalidad del mismo y lo acerca a su propia identidad personal, quizá en un ejercicio de ironía discursiva sobre la frivolidad del objeto artístico como objeto de consumo. De lo cual darían cuenta estas otras dos piezas de la misma serie tituladas respectivamente *Carafè*, Garrafa, y *Ashtray*, Cenicero (FIG. III.2.2.41).

INTERVENCIONES INCLUSIVAS DE TIPO EXTERNO MEDIANTE ELEMENTOS VIRTUALES

Por último en esta primera subdivisión de elementos de intervención inclusivos de tipo externo abordamos el fenómeno de los agentes interventores de carácter virtual. Al contrario que los de

4 Con el término *brand* se recogen todas aquellas expresiones literales y gráficas que tienen la función de ser elementos de identificación de una entidad publicitable.



FIG. III.2.2.42

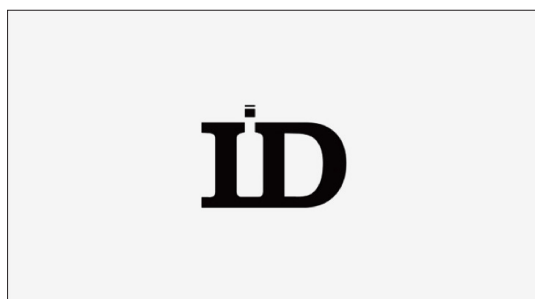


FIG. III.2.2.43

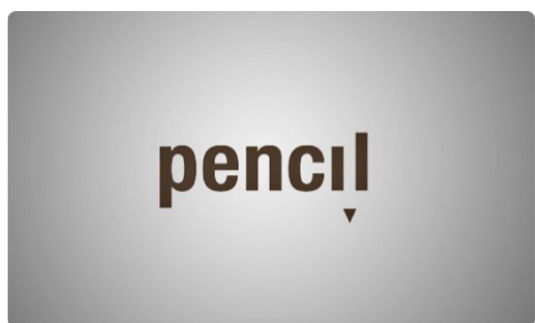


FIG. III.2.2.44

carácter manifiesto, los agentes virtuales no aparecen con una forma propia, físicamente identificable, sino que su presencia se sugiere a partir de condicionantes formales ajenos a ellos mismos.

Un magnífico ejemplo de recurso de inclusión externo, esto es, sin alterar la integridad formal del texto intervenido, y de presencia virtual lo tenemos en el logo de *FedEx*, una empresa logística estadounidense (FIG. III.2.2.42). El elemento virtual que añade significación a lo tipográfico es la forma en flecha orientada hacia la derecha que se percibe a partir de los contornos combinados de los caracteres /E/ y /x/ al final del logo. La peculiar geometría de la fuente permite la coincidencia y por tanto la ambivalencia del discurso gráfico, pero sin que para ello se haya dañado la integridad física de la fuente. La flecha existe, pero sólo en el percepto. Lo que no es óbice para un indiscutible potencial semiótico que alude claramente a la dinamicidad y la movilidad, eje central de comunicación del perfil de marca de la entidad.

También aquí la adecuación del estilo tipográfico de una fuente a las necesidades de comunicación ayudan a la intervención por inclusión de un agente virtual que acompaña significativamente a la gráfica del logo (FIG. III.2.2.43). Se trata de un elemento de identificación visual de una empresa vinícola. La acción combinada de las apófiges contiguas de los caracteres /I/ y /D/, los dos únicos que participan del logo empresarial, dibujan los perfiles del extremo inferior y de los hombros de una botella. Y el cuello de esa botella es posible gracias a la utilización de un tipo del grupo de las Egipcias cuyo serif tacudo de fuerte peso visual permite definir virtualmente el espacio que va desde los hombros hasta la boca de la botella. La tipografía no ha sido alterada formalmente y la lectura virtual del objeto que da significación al conjunto es un acto puramente perceptivo, ayudado eso sí en este caso por los dos pequeños elementos cuadrangulares que, levitando por encima del encuentro de los dos glifos, rubrican la presencia del envase. Algo parecido sucede en *Pencil*, Lápiz (FIG. III.2.2.44), donde la unión de los dos caracteres finales de marcado carácter lineal y el espaciado de sus *prosas*⁵, que resulta en un ancho igual al de cada uno de los trazos de las dos letras finales, sugieren la presencia del objeto declarado en el texto. Es claro que, de manera más evidente en este caso que en el comentado anteriormente, la presencia de un elemento triangular externo al texto posibilita la lectura del objeto. Aun así la virtualidad del elemento es suficiente como para que podamos incluirlo en este apartado.

5 Las *prosas* son unos pequeños espacios de silencio gráfico que acompañan al *ojo* de la letra y que definen los espacios intercarácter. Es un término equivalente a *track*.



FIG. III.2.2.45

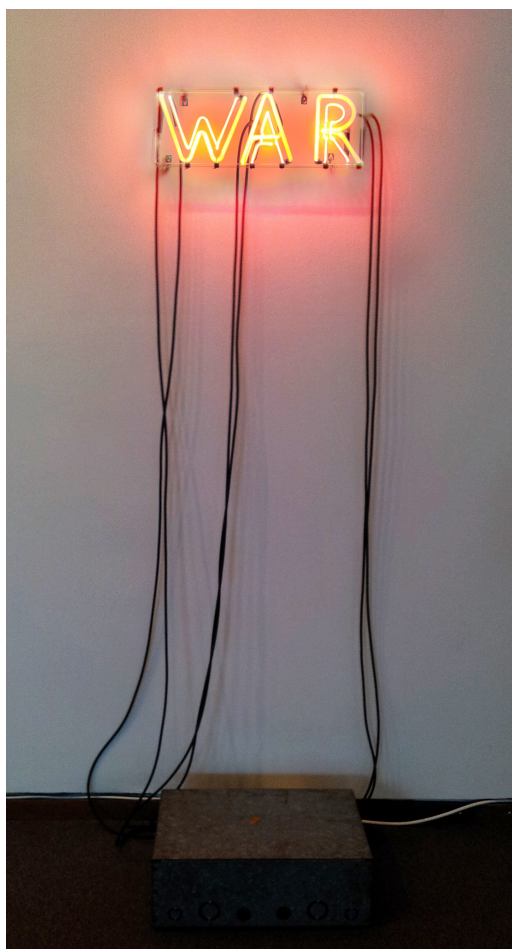


FIG. III.2.2.46

FIG. III.2.2.47



Y por último este otro caso en el que se declara una sexualidad no exenta de una carga emocional afectiva (FIG. III.2.2.45). La confluencia entre los caracteres /E,X/ con la fusión de sus astas y la peculiar arquitectura de los glifos sugieren la forma virtual, no manifiesta, de un corazón; objeto que desde lo convencional simboliza la facultad del amor.

INTERVENCIONES INCLUSIVAS DE TIPO INTERNO

MEDIANTE ELEMENTOS MANIFIESTOS DE CARÁCTER CROMÁTICO

Las intervenciones tipográficas de inclusión de tipo interno actúan significativamente sobre las formas del texto modificando su integridad o apariencia. La modificación puede deberse a una presencia manifiesta del agente interventor o a una presencia puramente virtual. Cuando el agente interventor es de tipo manifiesto, la alteración de la integridad del texto puede deberse a factores de índole cromática, gráfica o tipográfica.

En este apartado nos centraremos en las intervenciones de inclusión de orden interno cuyo carácter manifiesto se fundamenta en el uso cromático expresivo. En uno de los apartados anteriores ya habíamos analizado uno de los trabajos artísticos del artista estadounidense Bruce Nauman, en concreto *Raw War*, de 1970 (FIG. III.2.2.46). El objeto del análisis se centraba en el grueso cableado que desde las tomas de conexión eléctrica alcanzan el rótulo de neón, y vimos que esos cables suponían un elemento de inclusión portador de significaciones que afectaba al texto con carácter externo a la propia forma tipográfica, sin transgredir su fisonomía. Pero existe otro recurso inclusivo esta vez de carácter interno que, desde el croma, añade valores discursivos a la literalidad del texto. El tono rojo anaranjado, de elevada temperatura de color, significa en el contexto en el que se presenta esta obra el peligro potencial de una conflagración. La misma presencia visible del recurso señala su condición de agente manifiesto y la manera en que afecta a su integridad formal aportando color al relleno de sus astas justifica su consideración como agente de inclusión interno.

En la gráfica de este conjunto tipográfico la potencia significativa del color da sentido a su discurso literal (FIG. III.2.2.47). Desde la estrategia de lo convencional, que no de lo icónico, el color azul se asocia al elemento líquido. Aunque en apariencia los planos de color no alteren los contornos tipográficos la intervención es de carácter interno pues, aunque el agente cromático no altere las formas de la huella tipográfica sin embargo sí afecta de lleno al espacio del contrapunzón u ojo interior del glifo, lo que implica una alteración del texto en tanto en cuanto que la letra no es sólo el sólido sino también el vacío que es parte indisoluble de ella, tal como



FIG. III.2.2.48

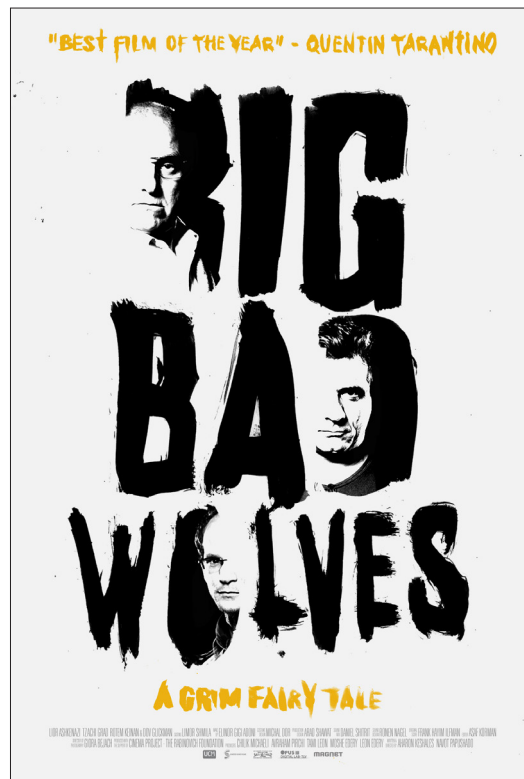


FIG. III.2.2.49

el contrapunzón, las prosas y los espacios de *hombro*⁶ en relación de contigüidad por encima y por debajo de su huella.

INTERVENCIONES INCLUSIVAS DE TIPO INTERNO MEDIANTE ELEMENTOS MANIFIESTOS DE CARÁCTER GRÁFICO

Las intervenciones inclusivas internas deben a menudo su expresividad a la acción inoculadora de situaciones manifiestas de orden gráfico, donde el contenido semiótico reside en la participación perturbadora de objetos que por su apariencia formal imprimen significado al conjunto tipográfico.

Tal es el caso del rótulo del cartel cinematográfico *Safe*, un filme estadounidense de 2010 dirigido por el realizador Boaz Yakin (FIG. III.2.2.48). En el argumento el personaje principal, un ex-agente despiadadamente perseguido por la mafia, reacciona activamente cuando asume *motu proprio* la responsabilidad de proteger a una niña pequeña igualmente objeto de persecución por la mafia local. En el título del filme el carácter /A/ ha sufrido una modificación formal eliminando sus espacios de contrapunzón e incluyendo en su lugar una imagen fotográfica que por su figuración expresa la esencia protectora y desde lo gráfico ocupa el peso visual aproximado del contrapunzón eliminado. La relación visual que se establece entre el contrapunzón ausente y la imagen figurativa insertada es tanto mayor en cuanto que el volumen general de esta última se resuelve en una composición triangular que alude al conjunto formal del ojo interior de un carácter /A/ de caja alta, ocupando su lugar. Desde otros intereses recursivos podemos considerar la utilización de caracteres de caja alta y de fuerte peso visual, en alusión a la rotundidad y gravedad de la situación. Un juego gráfico semejante ocurre en este otro cartel para la película *Big Bad Wolves*, una producción israelí de 2013 (FIG. III.2.2.49). La inclusión de las imágenes fotográficas afecta internamente a la forma tipográfica jugando con el equilibrio entre los blancos de las imágenes y los espacios de contrapunzón de las letras intervenidas. La intervención no es tan interesante desde lo semiótico como desde la pura catalogación del efecto pues la única aportación de la inclusión es la de hacer visibles los rostros de los actores protagonistas del filme. Mucha mayor carga semiótica se desprende de otros recursos de diferente naturaleza a la que aquí estamos considerando, y que intervienen el texto sugiriendo el espíritu de la película.

6 Los espacios de *hombro* determinan las distancias izquierda, derecha, arriba y abajo entre la huella impresa de una letra y su contigua. Son el resultado de los taludes que unen los bordes del ojo tipográfico con el plano del contratipo en los tipos móviles de plomo.

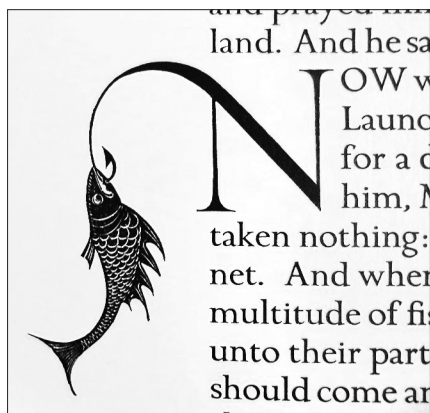


FIG. III.2.2.50



FIG. III.2.2.51

cuatrogotas

FIG. III.2.2.52



FIG. III.2.2.53

En efecto, la violencia del filme se expresa tanto por la nerviosa deconstrucción del contorno tipográfico individual de los glifos como por el potente peso visual del conjunto tipográfico.

En la bellísima edición *The Four Gospels*, Los Cuatro Evangelios, de 1931, de la mano del tipógrafo, calígrafo y a la sazón también escultor británico Eric Gill, las letras capitulares que enfatizan el inicio de las partes principales del texto están intervenidas con la participación de personajes y objetos de la narración bíblica que no sólo engalanan sino que aportan profunda significación a las letras capitulares objeto de intervención. El oficio simbólico del pescador se expresa con una belleza singular en esta letra /N/ capítular (FIG. III.2.2.50) que con tanta gracia prolonga su transversal mucho más allá de sus confines curvando el asta y transmutando el extremo del remate en el anzuelo del que pende un pez que en su convulsión armoniza la curva de su cuerpo con la del recorrido del asta, en feliz comunión. Se trata entonces de un recurso interventor inclusivo de carácter gráfico —el pez y el anzuelo— que afecta a la forma tipográfica —la prolongación del transversal en forma de caña de pescar— y que traslada a la forma de la capítular la escena que se desarrolla en el cuerpo del texto. En esa misma edición de Gill esta otra capítular, mucho más elaborada (FIG. III.2.2.51), convierte al carácter /T/ en el patíbulo del crucificado, del que pende. El resto de caracteres que completa la palabra *Then*, Entonces, con un cuerpo tipográfico menor pero de evidente relevancia en el conjunto escenográfico, son el soporte con el que interactúan los otros personajes de la escena.

En el espléndido logotipo *Cuatrogotas* para una firma de complementos para la lluvia (FIG. III.2.2.52), un diseño español de la agencia Senyor Estudi premiado con el Laus en 2013, cuatro caracteres del *brand*, los únicos que precisamente disponen de remates ornamentales en forma de gota, presentan estos extremos con un tratamiento singularizador que los enfatiza con respecto al resto del conjunto tipográfico. El énfasis se establece mediante la ligera ruptura que los separa de las astas a las que tipográficamente pertenecen y mediante el uso de un color diferenciador que por su tono peculiar precisamente los referencia al elemento agua. La sencillez del recurso y la naturaleza no invasiva de su manifestación, absolutamente integrada en la arquitectura de los glifos, junto con el potencial expresivo que asocia la marca al producto que manufactura, certifican la bondad de su diseño.

Una intervención más violenta la tenemos en esta pieza artística del surrealista Oscar Domínguez titulada *1955* (FIG. III.2.2.53), en la colección permanente de la Fundación Joan Miró de Barcelona. La dinamicidad que imprimen los elementos de inclusión en los extremos de cada una de las astas de los numerales expresan en cierto modo el acto de desvelar. El efecto



FIG. III.2.2.54



FIG. III.2.2.55



FIG. III.2.2.56



FIG. III.2.2.57

es aún mayor en tanto que es una obra tridimensional, no gráfica, en la que además el propio material de soporte, una placa metálica que en su trayectoria de recorte dibuja las cifras que dan nombre a la obra, se comporta como recurso de intervención que resignifica el texto.

En el diseño de invitación para una exposición celebrada a instancias de la Sociedad Económica malagueña de Amigos del País y cuyo eje temático era la importancia del Diseño no contaminante desde lo visual (FIG. III.2.2.54), el recurso interventor inclusivo empleado en el texto es la línea de tachadura que incide en el rechazo de los aspectos negativos objeto de la crítica del evento. Es un recurso de inclusión, manifiesto por su visualidad, gráfico por su condición e interno por el modo en el que interactúa con el texto modificando su apariencia. El mismo recurso de anulación de la negatividad por la participación de una gráfica que invalida lo indeseado, lo tenemos en este cartel perteneciente a una campaña de concienciación de *Médicos sin Fronteras* del año 2014 (FIG. III.2.2.55). La frase, que alude a un clásico de la literatura universal, se balancea entre la posibilidad del hecho y la imposibilidad. Pero la intervención de la expresión literal negativa con un elemento gráfico que la anula elimina cualquier duda y nos increpa a la participación. Es por los mismos motivos que el caso anterior una intervención de inclusión interna mediante un elemento gráfico de orden manifiesto. En este caso el color rojo de dicho elemento de inclusión expresa el tono de alarma, de llamada a la acción. Y el grosor del trazo alude también a la rotundidad con la que se niega la recurrente inevitabilidad con la que frecuentemente se asumen las dramáticas situaciones de los países no desarrollados.

En el diseño del rótulo para la reposición musical de una obra teatral de Miguel Mihura, *Maribel y la extraña familia* (FIG. III.2.2.56), el tratamiento interior de la tipografía, que incluye elementos que aluden al glamour sensual de la noche y al mundo del espectáculo, se asocia con el argumento de la obra teatral, una comedia que narra las peripecias de una chica de alterne que quiere cazar un marido de familia bien que, por su inocencia rural, desconozca las actividades de la joven. La figura de la mujer que, en actitud provocativa, descansa sobre el borde superior del texto es otro recurso de inclusión que obviamente insiste en la misma significación pero esta vez ejerciendo su influencia como elemento de inclusión externo.

En el anuncio de prensa de una firma de soportes digitales de disco (FIG. III.2.2.57) una parte de la arquitectura del glifo ha sido sustituida por el objeto anunciado, un efecto amparado en la coincidencia formal entre el objeto y el elemento tipográfico amputado. El carácter de intersección que proviene de los dos signos diacríticos se acompaña del propio objeto responsable de la sorpresa, a través de un recurso interventor de tipo inclusivo. A pesar de las apariencias, el

MOTHER

FIG. III.2.2.58

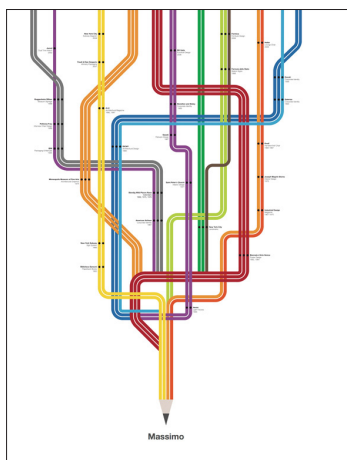


FIG. III.2.2.59



FIG. III.2.2.60

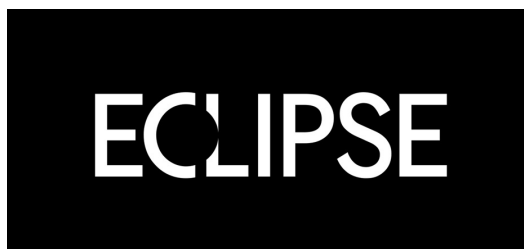


FIG. III.2.2.61

FIG. III.2.2.62

**BLACK
TIE**

◆ EXCHANGE ◆

recurso no corresponde propiamente a una estrategia de sustitución pues para que ésta ocurra debe producirse sobre uno o varios elementos tipográficos completos. La eliminación de una parte de un elemento tipográfico y su reposición por un agente gráfico portador de significaciones es un recurso de inclusión de la misma manera que lo era en el ejemplo del logotipo *Cuatrogotas*.

INTERVENCIONES INCLUSIVAS DE TIPO INTERNO MEDIANTE ELEMENTOS MANIFIESTOS DE CARÁCTER TIPOGRÁFICO

En este apartado se contemplan aquellas situaciones en las que el texto queda intervenido por elementos inclusivos que afectan a la integridad del texto original mediante la participación de agentes de naturaleza tipográfica.

En este estupendo logo del diseñador Herb Lubalin (FIG. III.2.2.58) se expresa el fenómeno de la gestación y del origen de pertenencia. Los elementos de inclusión tipográfica son técnicamente dos, aunque es uno de ellos el que soporta la carga semiótica responsable de la bondad de este diseño. Por un lado el texto *Child* declara literalmente sin ambages la naturaleza del sujeto de referencia. Su inclusión en el interior del carácter /O/ ya define por sí mismo las relaciones de consanguinidad y pertenencia, y supone una intervención en el texto de carácter inclusivo que afecta a la arquitectura interna del glifo. Pero el agente interventor de más relevancia y acierto visual es el politipo *Et*, una conjunción latina que denota vinculación, y que transfigura en parte su apariencia habitual en un proceso metamórfico que acerca su apariencia a la silueta de una figura fetal. Su ubicación en el interior del contrapunzón del carácter /O/ y la manera en la que parece adaptarse a él convierten a ese carácter receptor en una expresión del seno materno. El resultado es de una elocuencia magistral.

En este trabajo gráfico del diseñador gráfico Pep Carrió (FIG. III.2.2.59) realizado en el marco de la exposición *Timeless/Massimo Vignelli* celebrada en la ciudad de San Sebastián en 2015, el diseñador tributa el perfil profesional de su colega Vignelli. La intervención consiste en la inclusión del carácter /V/ de la inicial del apellido del artista homenajeado en el interior del carácter /M/ de su nombre de pila. La intervención no va en este caso más allá de un puro juego formal que no parece contener una carga semiótica definida, si bien la expresividad que se desprende del juego tipográfico deriva de la utilización de caracteres de caja alta con los que se magnifica la personalidad del diseñador, el generoso peso visual por el grosor de las astas que expresa el peso específico de su obra, y la arquitectura reductora de los glifos que hace alusión a la elegante poética minimalista que es característica del artista.

El tercer caso que analizamos en este apartado es una pintada callejera cuya furtividad e impremeditación no resta un ápice a su suficiencia semiótica (FIG. III.2.2.60). La participación de dos voluntades diferentes se evidencia mediante el empleo de dos tonos escritores diferentes. El mensaje de la que sin duda es la primera declamación entra en conflicto cuando se consideran los elementos tipográficos que en un segundo tiempo la intervienen, resignificándola. Así, el origen del conflicto se traslada desde un extremo político a otro bien distinto. La inclusión de algunos elementos tipográficos, bien en la completitud de su arquitectura, el carácter /S/, o bien mediante elementos parciales que se completan con las astas del texto subyacente, las astas derechas de los caracteres /M,N/, se comportan como elementos inclusivos internos de naturaleza tipográfica que afectan, alterándolo, el aspecto del texto de base y alteran su significado.

INTERVENCIONES INCLUSIVAS DE TIPO INTERNO MEDIANTE ELEMENTOS VIRTUALES
En esta clasificación se contemplan aquellos recursos de intervención por inclusión mediante agentes no manifiestos, virtuales, que afectan a la expresividad del texto aunque la recursión implique alguna alteración de la forma tipográfica.

Un ejemplo magnífico lo tenemos en esta rotulación (FIG. III.2.2.61) que da cuenta de un fenómeno celeste. De no ser por el efecto de mordedura del carácter /L/ el fenómeno comunicacional no se produciría. Pero la recepción definitiva del significado es posible por la contigüidad del carácter /C/ que con la circularidad de su contrapunzón señala, con ayuda del espacio sustraído al carácter /L/, la presencia no manifiesta pero sí virtualmente percibida de un objeto circular que de inmediato actúa por solapamiento sugiriendo el ocultamiento parcial de la letra intervenida. Para el éxito del efecto ha sido precisa la confluencia de dos circunstancias. De un lado un espacio de contrapunzón que por su articulación formal es afín al objeto que se pretende sugerir, y por el otro una alteración tipográfica en un carácter contiguo que completa el efecto de percepción pretendido.

En línea con lo anterior, el ejemplo siguiente fundamenta su potencial expresivo en los mismos recursos citados. Por un lado la casualidad de la forma de un contrapunzón, y por otro una rectificación del contorno singular de un carácter contiguo, cuya mordedura se percibe, en connivencia con el espacio del contrapunzón de la otra letra, como la continuación del contorno del objeto que interesa. En este logo para *Black Tie*, una firma de corbatas (FIG. III.2.2.62), la casualidad del espacio de contrapunzón del carácter /K/ en connivencia con la mordedura del carácter /E/ contiguo a ella dibujan, en negativo, virtualmente, la silueta simplificada de la prenda objeto de distribución de la marca. Para lograr por completo el efecto, la arquitectura

del carácter /K/ ha sufrido una intervención formal en el sentido de separar el asta principal de los dos brazos inclinados, lo que da mas cuerpo y visualización a la corbata virtual. Tanto en el caso del rótulo que alude al fenómeno del eclipse como en el logo para corbatas se trata de intervenciones inclusivas, porque añaden elementos al conjunto tipográfico ajenos a la propia forma de la letra. Pero lo hacen mediante una sugerencia, *virtualizando* el objeto sin manifestarlo físicamente. Y por otro lado la categorización de estos efectos como de tipo interno se justifica por la alteración formal ejercida en los contornos de algunos de los caracteres del conjunto tipográfico.

LIBRO III. ANÁLISIS Y CLASIFICACIÓN DE LA
CASUÍSTICA ESTRATÉGICA DE LA TIPOGRAFÍA

ACTORES DE LA SEMIÓTICA TIPOGRÁFICA
3. ELEMENTOS DE SUSTITUCIÓN

LAS INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS por sustitución se producen cuando un agente extraliteral contenedor de significación afecta al conjunto tipográfico sustituyendo uno o varios caracteres del grupo, sustituyéndolos por el agente significativo en cuestión.

El agente portador de significados que sustituye a la unidad literal puede tener diversa naturaleza. En primer lugar su naturaleza puede ser objetual. En este caso la unidad literal es sustituida por un elemento gráfico que por su apariencia alude a una circunstancia formalmente reconocible. La acción semiótica que provoca ese elemento puede tener lugar indistintamente en los planos icónico, simbólico o indicial que les sean connaturales a dicho elemento de sustitución. En segundo lugar, y con mucha menor frecuencia, un elemento objetual puede verse sustituido por elementos tipográficos del mensaje literal, en cuyo caso el valor añadido proviene de la referencia formal que subsiste en la forma inicial que da soporte a la composición del texto. Y en tercer lugar la sustitución puede depender de la suplantación de una de las unidades literales del texto básico por otra forma tipográfica que por su comportamiento visual comporte la carga semiótica que da valor visual al conjunto. Además de estos tres casos propiamente sustitutivos existe una cuarta circunstancia en la que la unidad o unidades literales del texto de base se elimina no siendo reemplazada por ningún otro elemento, en lo que constituye un caso especial que podríamos llamar de anulación.

Sistematizando lo anterior en un esquema simple orientativo, podríamos concluir que las diferentes circunstancias que intervienen en las intervenciones por sustitución se ordenan del modo que sigue a continuación.



FIG. III.2.3.1

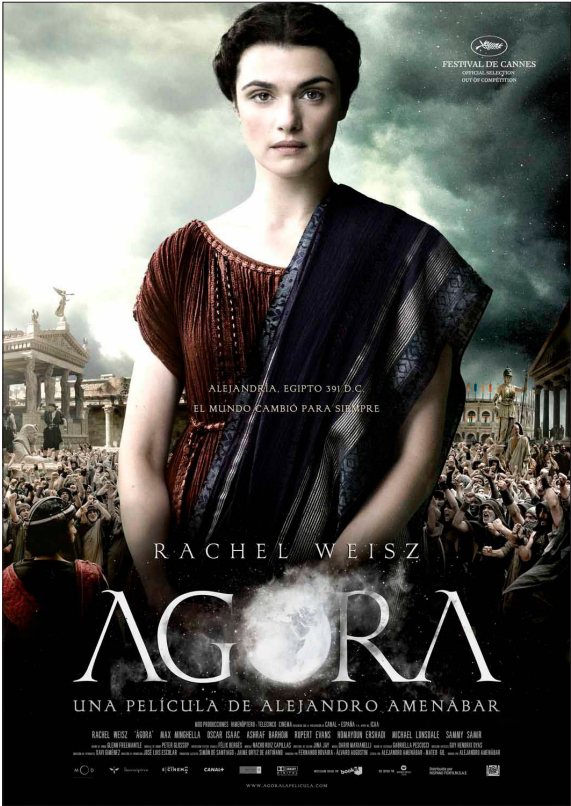


FIG. III.2.3.2



Acción semiótica por la participación de elementos de sustitución:

1. Sustitución letra-objeto
2. Sustitución objeto-letra
3. Sustitución letra-letra
4. Anulación

Al objeto de una comprensión razonada de cada uno de los apartados anteriores, comentamos una selección ilustrativa de las características comunes a cada uno de ellos.

SUSTITUCIÓN LETRA-OBJETO

Como ya hemos dicho la sustitución letra-objeto elimina una o varias unidades de la composición literal reemplazándolas por los objetos gráficos portadores de significación añadida.

En el rótulo del cartel para el filme *Uh La La!* (FIG. III.2.3.1), una producción española de 2012, el título declara claramente en su literalidad discursiva la nacionalidad de la interjección a la que alude. Para potenciar el carácter afrancesado de la exclamación uno de los caracteres ha sido sustituido por un elemento gráfico que por su condición icónica apunta en esa dirección. La percepción de la literalidad del texto no se violenta por dos motivos principales. Uno de ellos es que la interjección, a pesar de su origen foráneo, es tan reconocible que la elisión de uno de los caracteres del conjunto no impide su percepción completa. Y el segundo motivo es que la oportunidad formal del objeto de sustitución presenta una arquitectura tan similar a la de la letra sustituida que la recepción del discurso literal se restablece sin problema alguno. Para minimizar riesgos, además, los espacios vacíos de la torre, los que corresponden al primer y segundo nivel de su estructura arquitectónica, se ubican de manera que se asocian con los espacios de contrapunzón de un carácter /A/ inexistente que tan sólo hubiese experimentado un aumento de su cuerpo tipográfico. Por otro lado e independientemente de este recurso de sustitución otras intervenciones añaden valor a la literalidad. El tipo elegido, una manuscrita de carácter espontáneo infunde vitalidad y una fresca naturalidad al tono de la frase. Y el empleo de caracteres de caja alta no sólo incrementa el volumen de la dicción y con ello su impronta sino que sin el uso de la caja alta no hubiese posible el recurso de sustitución pues es la coincidencia de las arquitecturas del objeto torre y el carácter /A/ mayúscula el motivo que permite dicha intervención.

Otro recurso de sustitución lo tenemos en el cartel para el filme *Ágora*, una producción española de 2009 dirigida por Alejandro Amenábar (FIG. III.2.3.2). La coincidencia formal entre el

GLOBAL
AIRLINES

FIG. III.2.3.2B



FIG. III.2.3.3

FIRE

FIG. III.2.3.4

glifo sustituido y el objeto gráfico de reemplazo permiten la intervención. En el lugar del carácter /O/ aparece la imagen del globo terrestre interpretada con unos tonos agrisados que alteran su aspecto natural. Su apariencia calcinada y el efecto de humo que la envuelve parcialmente son expresión del conflicto cultural que se narra. El tratamiento gráfico del objeto interactúa con los caracteres contiguos solapando sobre ellos la espesa humareda. Sobre la naturaleza sustitutiva de la intervención no caben dudas. Pero otros recursos están añadiendo valores al conjunto del texto, en concreto las formas peculiares con las que se invisten los glifos. Las proporciones de las letras son las del canon lapidario de la antigüedad clásica latina, así como también es expresión de clasicidad la fuerte ductilidad, en especial en los serifs y en los ápices de la primera y última de las letras del título. Sin embargo, y aunque no se niegue el referente antiguo que aporta, la elisión de las astas transversales de los caracteres /A/ en unos glifos que se articulan de ese modo no se corresponde con ninguna tendencia escritora antigua, y quizá el efecto de ancianidad provenga de la extrañeza que provocan. Un recurso de sustitución semejante al del cartel lo tenemos en este logotipo para una compañía aérea intercontinental (FIG. III.2.3.2B). Al igual que en el ejemplo anterior se está utilizando una fuente tipográfica cuyo carácter sustituido, el glifo /O/, se acerca a la forma circular que presenta el elemento gráfico con el que se reemplaza. El perfil transfronterizo de la corporación se expresa con la gráfica reductora del globo terráqueo, elemento recursivo interventor que aporta significaciones a la literalidad. Y la utilización de un tipo sin remates y de anatomía reductora simplifica los perfiles tipográficos e imprime una suerte de moderna austeridad al logo. Una austeridad que, por otro lado, proviene de las proporciones clásicas y el contraste de modulación moderado de las astas que acerca la línea arquitectónica esencial de las letras a las de una lapidaria clásica latina, aportando al logotipo el efecto garante de la tradición y la experiencialidad.

Otro caso de sustitución de un carácter /O/ por un objeto gráfico de contorno circular lo tenemos en el cartel de una ONG en el marco de una campaña de concienciación para la colaboración económica con los países subdesarrollados (FIG. III.2.3.3). El recurso es simple y quizá no muy interesante pero tremendamente elocuente. La sustitución del glifo circular por la imagen frontal de un plato vacío conecta expresivamente el rótulo con el mensaje de la campaña. La inclusión de los elementos circulares y el contorneado de la imagen del plato convierten a éste, según los convencionalismos propios del ámbito del cómic, en una imagen pensada por un niño nativo, y cuya vacuidad es responsabilidad del público objetivo de la campaña, a requerimiento de la propia organización.



FIG. III.2.3.5



FIG. III.2.3.6



FIG. III.2.3.7

El conocido logotipo identificativo de la firma Pirelli, una firma fabricante de productos derivados del caucho, especialmente neumáticos, se presenta aquí alterando sus perfiles mediáticos y adecuándose a una coyuntura eventual (FIG. III.2.3.4). Los dos caracteres /L/ han desaparecido, reemplazados por la silueta reconocible de un par de botas de goma. La casualidad entre los perfiles de las letras y los del objeto en cuestión posibilitan que la lecturabilidad no se resienta. Y ello aun a pesar de que los objetos se encuentran desubicados con respecto a las posiciones de las letras a las que suplantán. Pero la desubicación se manifiesta en este caso como otro recurso interventor añadido a través del cual se sugiere el acto de caminar.

La obra *El urogallo* (FIG. III.2.3.5) es una estampación en linograbado obra del artista madrileño Luis Garrido. Se encuadra en la corriente artística *Estampa Popular*, un movimiento estético popular de la década de los sesenta de carácter disidente con respecto al régimen franquista. La poética rural, la gráfica clara y contundente, y por lo general el tono literario de muchas de sus piezas son denominadores comunes en esta corriente artística del franquismo tardío. En la bella y elocuente sentencia literaria que rodea la composición, la palabra *urogallo* que aparece en las líneas superior e inferior del texto presentan un recurso interventor de sustitución, pleno de significado. Atendiendo a la proclama contracultural que se desprende de la literalidad del texto, la sustitución del carácter /G/ por la silueta de una hoz expresa doblemente tanto el carácter rural de los destinatarios de la proclama como el matiz societario que la fundamenta. Con respecto a la curiosa inversión de los caracteres /N/ de los márgenes izquierdo y superior de la composición podrían ser una referencia a la rusticidad cultural del público objetivo, pero en cuanto que esa inversión no se repite en la línea de texto del margen inferior cabrían dudas acerca de si tales inversiones no se deben a una acción impremeditada del artista a causa del procedimiento de ejecución de la técnica de estampación, que requiere que las formas se graben en la matriz según una simetría especular.

En el logotipo del local de hostelería *Room* (FIG. III.2.3.6) la intervención por sustitución alude no directamente a la actividad del negocio sino al propio nombre del local. Efectivamente el carácter /O/ se sustituye por un agente gráfico que se referencia a uno de los elementos reconocibles de una habitación de hotel. La pieza de geometría oval de la que cuelga la llave tiene un perfil que se asocia con la arquitectura de los glifos con los que se resuelve el logo. La elección de la fuente tipográfica y la decisión sobre la forma del llavero han debido probablemente de resolverse con simultaneidad para asegurar la efectividad del reemplazo. El resultado es gráficamente sencillito y de lectura inmediata. Igual que en *Safety*, Seguridad (FIG. III.2.3.7),



FIG. III.2.3.8



FIG. III.2.3.9



FIG. III.2.3.10

donde el glifo /A/ eliminado se sustituye por un objeto que por sus funciones se sitúa en relación de contigüidad con el discurso literal. La figura del imperdible, abierto para acercarse al esquema triangular del carácter al que representa, se resuelve con un trazo cuyo grosor está en consonancia con el peso visual de las astas del resto de los caracteres del conjunto. El empleo de caracteres de caja alta en el texto es obligado si se quiere establecer una conexión eficaz entre la gráfica añadida y el paisaje del texto.

En el rótulo *Sushi* (FIG. III.2.3.8), una alusión desde la literalidad a la cocina japonesa, el carácter /H/ del texto ha desaparecido y en su lugar aparecen los típicos *kuàizi*, unos delgados palillos de bambú para desenvolverse en la mesa. Los palillos sugieren las posiciones de las dos astas verticales del carácter desaparecido mientras que el transversal se insinúa mediante el círculo de color rojo que por su relación con los utensilios de mesa apuntan hacia el propio sushi. La diferencia de altura entre los caracteres del texto y los elementos gráficos enfatiza estos últimos, y el contraste de modulación de las unidades literales del texto está en consonancia con lo que podríamos llamar la modulación de los elementos longitudinales del gráfico de sustitución.

El Science World, British Columbia, de Vancouver (FIG. III.2.3.9) es un centro dedicado a las ciencias con un intenso programa de divulgación científica. La peculiaridad arquitectónica de la sede de la institución lo singulariza visualmente y lo destaca en el *skyline* de la ciudad por sobre el resto de los edificios colindantes. Su elemento arquitectónico más destacado es la gran cúpula que corona su fábrica. Es ese el elemento visual que por su nivel de reconocimiento está siendo utilizado en el logo institucional, como recurso interventor de sustitución reemplazando el carácter /O/ por una gráfica que a pesar de su geometría reductora alude con suficiente elocuencia al coronamiento del edificio. Un recurso de sustitución es también el que está siendo utilizado en el logotipo para las empresas municipales de la ciudad de Sevilla (FIG. III.2.3.10), en el cual el carácter /S/ se sustituye por un elemento que en el contexto se referencia a la imagen icónica de la *madeja* que aparece en el emblema NO8DO, un *acrónimo*¹ acompañado de un elemento icónico cuya gráfica parece remontarse a algún momento situado entre los siglos XIII y XV. El elemento visual de la madeja, agente gráfico representativo de la ciudad, se ha modificado simplificando sus perfiles y abriendo sus contornos para acercarlo a la forma del carácter /S/ al cual sustituye.

1 El término *acrónimo* se refiere a una composición alfabética que recoge una serie de caracteres de un vocablo o vocablos de referencia cuya composición final tiene entidad propia y puede ser pronunciado como un término con entidad gramatical propia.



FIG. III.2.3.11

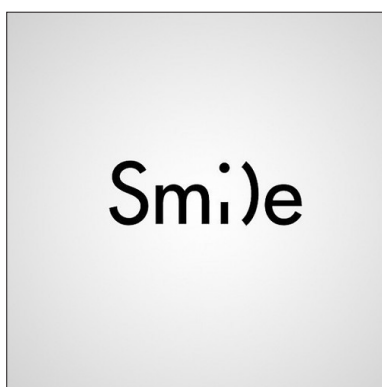


FIG. III.2.3.12



FIG. III.2.3.13

SUSTITUCIÓN OBJETO-LETRA

Mucho más infrecuentes, las intervenciones tipográficas del tipo objeto-letra sustituyen la imagen original por elementos tipográficos que aportan entonces la literalidad al conjunto, mientras que la imagen sustituida, aún sugerida por la propia disposición del texto, añade valores significativos a la tipografía. Se trata de una rara circunstancia que invierte el mecanismo de intervención que hemos analizado en el apartado anterior.

En un artículo de prensa de septiembre del año 2013 se expresaba gráficamente la tremenda decepción sufrida por la delegación española del proyecto Madrid 2020, tras la desestimación del Comité Olímpico Internacional de sus aspiraciones como sede para la celebración de los Juegos Olímpicos (FIG. III.2.3.11). La intervención tipográfica consiste en tomar como punto de partida la imagen harto reconocible del emblema olímpico para sustituirla por elementos tipográficos que por su literalidad expresan la rotundidad de la negación institucional. La disposición de los textos, el efecto de repetición, los colores utilizados, el enlace de los glifos /O/, la geometría de la fuente y el ancho del trazo son los recursos que están siendo aquí utilizados para la aproximación del conjunto literal a la imagen a la que sustituyen, en un proceso sustitutivo que reemplaza la imagen por el texto, invirtiendo la metodología recursiva habitual.

SUSTITUCIÓN LETRA-LETRA

En ocasiones el proceso comunicacional se produce mediante la sustitución de algunos componentes literales de la sentencia intervenida por otros elementos de orden tipográfico.

En el rótulo *Smile* (FIG. III.2.3.12) los glifos /i,l / iniciales han sido eliminados en su apariencia tipográfica original. En su lugar aparecen unos glifos diacríticos, el primero de ellos un signo de *punto y coma* /;/ y el segundo un paréntesis de cierre /)/. La conjunción de ambos constituye lo que se conoce como *smiley*, un recurso expresivo tipográfico bien conocido que consiste en utilizar con finalidad expresiva y con una recursividad de carácter icónico los elementos de la tabla de caracteres de una fuente tipográfica para expresar emociones y sentimientos. Las comunicaciones de texto electrónicas pusieron de moda hace ya años estos recursos expresivos que en principio tuvieron por objeto dotar de matices expresivos unos textos que por las limitaciones técnicas obligaban a la utilización de una fuente predeterminada, sin posibilidad de recurrir a cambiar el color, el cuerpo tipográfico, la variante tipográfica, etc. A pesar de que la tecnología actual permite, en los *chats*, los foros, los mensajes vía móvil, los *WhatsApp*, etc., recurrir a pequeños iconos figurativos para expresar situaciones de ánimo, sin embargo la recurrencia al smiley no ha cesado desde entonces. En el rótulo en cuestión, y para evitar equívocos en la

amas

FIG. III.2.3.14

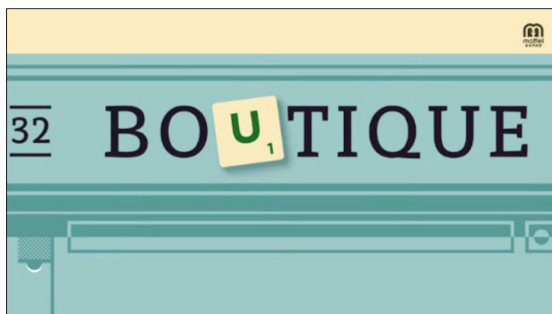


FIG. III.2.3.15



legibilidad, el signo *punto y coma* ha sido alterado elevando el grafismo del punto hasta la altura de la *pauta ascendente*² y verticalizando el grafismo de la coma, acercándolo a la apariencia del asta principal del carácter /i/ desaparecido. Por su parte el signo de paréntesis de cierre ha reducido la altura de su huella, por lo general comprendida entre la pauta ascendente y la *pauta descendente*³. Unos modificaciones sutiles que no enrarecen su lectura como smiley pero lo sitúan más cerca de las formas de los caracteres a los que sustituyen.

El logo del desaparecido suplemento *Ciberpaís* (FIG. III.2.3.13) aparecía en la mancheta del fanzine que acompañaba todos los jueves al diario El País. Sus contenidos eran de temática digital, centrados en el ámbito de los protocolos de la red Internet. El carácter /a/ ha sido sustituido por el carácter *arroba* /@/, en clara referencia a los procedimientos de comunicación vía web. Esa intervención hoy por hoy ha dejado de tener el carácter sorpresivo que tuvo en su momento, por el uso indiscriminado y recurrente que desde entonces se ha hecho de la arroba. Pero en los inicios de la era de la democratización de los recursos web la intervención fue tan original como expresiva.

Un caso particular de reemplazo letra-letra lo tenemos en este rótulo (FIG. III.2.3.14) en el que la consideración de sustitución deriva del hecho que, dependiendo de la doble lectura posible, una parte del carácter /m/ se sustituye por la presencia del carácter /r/ que comparte con aquél la forma y el espacio. El contenido literal se fundamenta en la paradoja y en el efecto de oposición discursiva que enfrenta los conceptos del amor y de la guerra. Pero el juego tipográfico se resuelve de tal modo que semióticamente añade un valor nuevo a la literalidad, y este valor es que esos dos conceptos aparentemente opuestos participan de un espacio común que los hace sorprendentemente cómplices.

En una inusual campaña publicitaria de la compañía *Mattel* para el lanzamiento de su juego *Scrabble* se intervinieron espacios públicos con elementos tipográficos, gráficamente alusivos al juego (FIG. III.2.3.15). La idea proviene de la agencia *Pereira & O'Dell* en colaboración con la productora *Biscuit*. La acción consiste en intervenir un rótulo tipográfico urbano sustituyendo una de sus letras por una ficha de Scrabble que lleva serigrafiada el glifo correspondiente a la letra sustituida. Los rótulos son de tipo comercial y es evidente que hay que entender que la

2 La *pauta ascendente* es una línea imaginaria que coincide en el texto con el extremo superior de los astiles ascendentes de las letras de caja baja

3 La *pauta descendente* es una línea imaginaria que coincide en el texto con el extremo inferior de los astiles descendentes de las letras de caja baja



FIG. III.2.3.16

FIG. III.2.3.17

'Kdms n l mtro mñn a ls 6?'

CH. N. Madrid
Economía lingüística y de bolsillo. Los adolescentes conjugan esas dos pautas a la hora de manejar sus teléfonos móviles. De entrada, han descubierto que enviar mensajes es mucho más barato que mantener conversaciones orales. Gracias a ellos, el dinero invertido en el prepago de la tarjeta cuando mucho más.

Los chicos optan momentáneamente por teclear palabras para comunicarse con sus amigos, una distracción que puede llegar a ser casi un vicio, según los chavales consultados. Cada envío les cuesta un máximo de 25 pesetas. Pero, por motivos técnicos, tiene un tope de extensión: 160 caracteres. Y eso obliga a sintetizar. De ahí que los chicos hayan creado una jerga, basada en las abreviaturas, que los adultos no siempre comprenden.

Ricardo, un quinceañero con veteranía en el uso de teléfono móvil, explica las pautas que siguen los adolescentes a la hora de redactar los mensajes. "De entrada, nos comemos las vocales, sobre todo en las palabras de uso común. Por ejemplo, mañana se escribirá mñ. Cada uno se inventa sus términos, pero casi siempre coinciden".

So breve *diccionario* del lenguaje juvenil para móviles incluye abreviaturas como las siguientes:

- K = Que
- X = Ch
- Y = Ll
- N = Por
- Xa = Para
- Xo = Pero

— N = En
— L = El
— Ca = Con
— Bo = Beso
— Contesta = Cntata

Al contrario de lo que ocurre con la che o con la elle (sustituidas por la equis y la y griega, respectivamente), la letra che se salva gracias a que la virgulilla no se cuenta como un carácter extra. Menos suerte tiene la hache: cae sistemáticamente. Los signos de interrogación también sufren mengua. Solo se utiliza el último, como en inglés.

Kdms n l mtro mñn a ls 6? ¿quedamos en el metro mañana a las 6?, teclea a toda velocidad Ricardo. Las citas son un tema habitual en los mensajes, igual que las cuestiones de ánimo (¿ps en t royo?, o sea, ¿qué pasa con tu rollo?).

Amin del idioma propio, la comunicación juvenil a través de móviles cuenta con otro apoyo: los iconos que ofrecen algunas terminales. Así, los mensajes pueden incluir una cara alegre o triste, por ejemplo.

FIG. III.2.3.18



acción, que simula ser de orden transgresor, ha requerido del consenso de la institución supuestamente agredida. El efecto es visualmente impactante y el tipo de acción se enmarca dentro de los procedimientos de la llamada publicidad de guerrilla.

ANULACIÓN

Un caso especial de sustitución, que considerada en puridad no es tal, consiste en la eliminación de uno o varios de los caracteres del conjunto literal sin que sean reemplazados por objeto alguno, tipográfico o gráfico. Teóricamente considerada es una sustitución porque el elemento literal desaparecido evidencia su carácter ausente, con lo que podemos considerar que los elementos literales se sustituyen por una ausencia que es causa de la significación semiótica.

En la portada de un folleto publicitario de una compañía de telecomunicaciones aparece un slogan que sufre la ausencia de una serie aleatoria de caracteres (FIG. III.2.3.16). La ausencia alude a una elisión frecuente de caracteres en los textos para mensajes electrónicos de telefonía móvil. La elisión de caracteres en mensajes del tipo SMS era de uso frecuente entre un público joven cuando el coste de envío de dichos mensajes dependía del número de caracteres utilizados. La razón de la elisión cumplía dos propósitos; por una parte abarataba el mensaje y por la otra aliviaba el tedio de teclear caracteres que en muchos casos requería de varias pulsaciones de tecla. La primera de las razones justifica que el recurso de elisión de caracteres se extendiese sobre todo en un sector de público joven. La utilización de ese recurso en el slogan del folleto indica entonces el tipo de público al que va dirigida la campaña, en una especie de guiño en el que la voz publicitaria se dirige a ellos empleando, para generar complicidad, una especie de idiolecto compartido. Esa razón reductora explica también otros recursos tipográficos utilizados en el texto del slogan, como son la eliminación de la versal a comienzo de frase, el evitar las vocales acentuadas y la eliminación del punto al final de la sentencia. Exactamente el mismo recurso, y con la misma causa referencial, es el que está siendo utilizado en el título de un artículo de prensa (FIG. III.2.3.17) donde se analiza el fenómeno del lenguaje reductor propiciado por las condiciones tecnológicas y los costes de utilización. Sin embargo en este cartel en una parada de bus (FIG. III.2.3.18) la reducción de los caracteres y la inclusión de un apóstrofo que indica la elisión de algunos de ellos, no alude a un idiolecto relacionado con ningún procedimiento de comunicación tecnológica sino a una especie de jerga suburbana con funciones de complicidad para aquél perfil de público que la comparta.

Banksy es un conocido artista británico del llamado *street art*, un fenómeno artístico urbano que interviene los espacios de la ciudad y engloba desde el grafiti a cualquier otra expresión



FIG. III.2.3.19



FIG. III.2.3.20

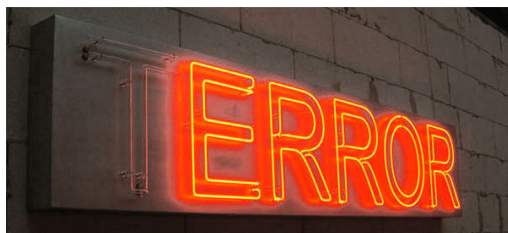


FIG. III.2.3.21

artística callejera, generalmente con mensajes contraculturales o socialmente críticos y acciones casi siempre de carácter ilegal. En una zona de la ciudad de Los Ángeles, USA, una comunidad de vecinos buscaba recursos económicos para convertir un *parking*, parque de estacionamiento de automóviles, en un *park*, un área de esparcimiento comunitario con zonas verdes y equipamiento para el esparcimiento de los más jóvenes (FIG. III.2.3.19). La sorpresa mayúscula del vecindario fue cuando una mañana se encontraron súbitamente con una intervención urbana del afamado y furtivo artista Banksy que expresaba magistralmente la voluntad societaria de aquella comunidad de vecinos. La acción de esta especie de Robin Hood del siglo XXI y el caché de sus intervenciones ha provocado que de momento el valor del inmueble en cuyo testero se despliega el grafiti haya aumentado en un veinte por ciento. Independientemente de ello la elocuencia de la intervención, resuelta fundamentalmente con elementos tipográficos, es más que evidente. Los tres últimos caracteres han sido eliminados parcialmente, dejando aún ver las unidades literales anuladas. Esto ha supuesto la magnificación de los cuatro primeros caracteres de la serie, precisamente los que ilustran con su literalidad el objetivo comunitario. La razón de que los tres últimos caracteres no hayan desaparecido del todo y presenten el aspecto de haber sufrido una acción de ocultación furtiva declara el motivo contra el que la voluntad del vecindario se opone. De otro modo el referente del acto de oposición no quedaría suficientemente explicado. Se trata de una intervención tipográfica por anulación de caracteres; una anulación que no supone una desaparición de los agentes literales, que forman así parte constituyente esencial del valor añadido al texto. Además de todo ello y para insistir en el motivo de la empresa social sobre el segundo carácter de los glifos no anulados Banksy ha incorporado un elemento de inclusión, la pequeña que se columpia sobre el asta transversal del carácter /A/, declarando así la intención popular de transformar un espacio urbano degradado en otro muy distinto dedicado al esparcimiento público.

También dentro del ámbito de lo artístico el artista conceptual de origen sudafricano Kendell Geers trabaja a menudo en sus obras con los elementos de la tipografía para construir sus mensajes. En su obra *D/Anger* (FIG. III.2.3.20) el término *Danger*, Peligro, materializado en neón, presenta la anulación del primer carácter propiciando la lectura eventual de la expresión *Anger*, Ira. Al igual que ocurría en el grafiti de Banksy, en la instalación de Kendell Geers se anula uno de los caracteres mediante la desactivación de la corriente eléctrica mientras que los otros permanecen activos. De este modo Geers nos advierte del peligro de una ira que puede convertirse en un peligro real por su capacidad de detonación. En la misma línea discursiva y utilizando el

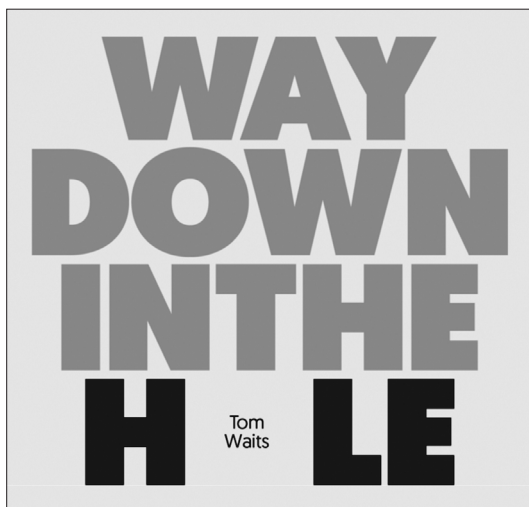


FIG. III.2.3.22

FIG. III.2.3.23



FIG. III.2.3.24



FIG. III.2.3.25

FIG. III.2.3.26



mismo recurso su pieza *T/error* (FIG. III.2.3.21) advierte probablemente del error que supone la utilización de una estrategia del terror en las modernas sociedades manipuladas por las estrategias coactivas difundidas a través de los medios de comunicación de masas.

El texto *Way down in the hole* (FIG. III.2.3.22) es el título de un trabajo del cantante estadounidense Tom Waits. Se traduce al español con la expresión *En el fondo de la cloaca*. El término más significativo de la sentencia, *Hole*, literalmente Agujero, se enfatiza en el texto con un tono de gris de mayor intensidad que el resto. Pero la elisión del carácter /O/ potencia el carácter de vacío del término y en su lugar se ubica el nombre del compositor, en un juego irónico en el que el artista asume una especie de condición diabólica, en tanto que el contenido de la canción nos habla de preservarnos de las maldades del maligno manteniéndolo al fondo de la cloaca. Se trata por tanto de un recurso de intervención tipográfica en el que la elisión de un carácter, en este caso su desaparición completa, actúa como el elemento significativo que con su carga semiótica añade valores a la literalidad del discurso.

En el rótulo *Missing* (FIG. III.2.3.23) la desaparición de los caracteres /I/ alude directamente, desde la gráfica, al significado literal del término. Probablemente con la intención de no cercenar la percepción continuada del vocablo, los espacios vacíos que han dejado los glifos eludidos han reducido su espesor y con ello alivian la pérdida de legibilidad del conjunto. La recursividad interventora por sustitución/anulación señala así directamente al discurso literal. En este otro texto *Bckspace* (FIG. III.2.3.24) el término hace referencia a la tecla *Retroceso* en un teclado común de ordenador. Para no dejar ambigüedades al respecto y afianzar el referente se ha recurrido a una intervención tipográfica por inclusión que añade al final del texto una delgada línea vertical que recuerda a un cursor de pantalla. La tecla Backspace, a la vez que retrocede una posición en el conjunto de posiciones del texto, elimina los caracteres correspondientes. La eliminación del carácter /a/ precisamente alude a la función de esa tecla. Su elisión es entonces esencial para comprender visualmente el mensaje, que se logra mediante la intervención recursiva de la sustitución/anulación de uno de los caracteres del texto.

En este anuncio de página completa se persuade de la bondad informativa de un conocido diario español (FIG. III.2.3.25). La ausencia total de varios caracteres del conjunto del texto titular del anuncio no afecta grandemente a la recepción de su literalidad. Pero la lectura subsiguiente del subtítulo completa el discurso y justifica la desaparición de los glifos. En efecto, y supuestamente, la labor informativa del diario completará las lagunas de conocimiento que pueda tener el lector acerca de los sucesos de actualidad. En este caso, al contrario que en el ejemplo anterior

del rótulo *Missing*, los espacios de los glifos desaparecidos no se han reducido para dejar en evidencia la laguna informativa, que tan sólo será cubierta por la acción periodística.

Y por último, en la secuencia fotográfica *Best Friend*, El Mejor Amigo (FIG. III.2.3.26), una anulación progresiva de caracteres va alterando la literalidad del mensaje inicial. En una secuencia que comienza con una apología de la amistad, la pérdida de los cuatro caracteres iniciales elimina el carácter superlativo del discurso para aludir a una simple amistad. La coincidencia entre la secuencia de caracteres del término *Friend*, Amigo, y la del término *End*, Fin, junto con la anulación de los tres primeros glifos del vocablo en la última imagen de la secuencia desemboca en la expresión del final de una gran amistad. La estrategia secuencial añade un componente temporal al mensaje expresando el proceso de desintegración de una relación afectiva.

LIBRO III. ANÁLISIS Y CLASIFICACIÓN DE LA
CASUÍSTICA ESTRATÉGICA DE LA TIPOGRAFÍA

ACTORES DE LA SEMIÓTICA TIPOGRÁFICA
4. INTERVENCIÓN DEL CONTORNO TIPOGRÁFICO

UNA DE LAS INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS más frecuentes en la comunicación mediática con fines comerciales es la alteración formal de los contornos tipográficos. En especial los elementos de primer orden en el marco de las identidades visuales de las corporaciones comerciales han hecho de estas intervenciones un recurso estratégico recurrente. La manipulación del contorno tipográfico puede presentarse de modo global o de modo singular. En el modo global se intervienen los contornos virtuales de los marcos en los que se despliega el texto, provocando en ellos la correspondiente alteración de su apariencia. En el modo singular la alteración formal se produce en los contornos mismos de la forma de cada uno de los glifos.

Por su parte el recurso de intervención global del contorno que, como decimos, desencadena la consecuente deformación de la forma de los caracteres en el interior del marco de texto, puede presentarse también de tal modo que dicha alteración del marco global no conlleve la deformación de la forma de los caracteres en su interior sino una redistribución de los mismos, que se dispondrán según el nuevo espacio que la alteración de su marco les permita.

En cuanto a las alteraciones del contorno singular del glifo la casuística es tan extensa que aconseja su sistematización en cuanto a las funciones expresivas. En primer lugar la alteración del contorno singular puede tener funciones icónicas, que se manifestarán cuando la intervención produce formas cuya carga significativa depende de su carácter figurativo. En segundo lugar la alteración del contorno tendrá función simbólica cuando la intervención produce formas que deben su carga semiótica al carácter referencial que se deriva de las formas producidas por dicha manipulación, que tendrán propiamente una condición simbólica. Y en tercer lugar las intervenciones tendrán una función evocadora cuando el producto de las alteraciones



FIG. III.2.4.1



FIG. III.2.4.2

tipográficas confía su carga significativa al potencial expresivo de la forma en abstracto, sin que en este caso las funciones icónica o simbólica estén actuando.

Resumiendo esquemáticamente la sistematización que hemos expuesto para el análisis de la casuística de las intervenciones tipográficas por alteración de los contornos de las formas escriptoras, la ordenación resultaría del modo que sigue a continuación.

Acción semiótica por la manipulación de los contornos tipográficos:

1. Intervención del contorno global
 - 1.1. Con alteración de las formas tipográficas
 - 1.2. Sin alteración de las formas tipográficas
2. Intervención del contorno singular
 - 2.1. Con función icónica
 - 2.2. Con función simbólica
 - 2.3. Con función evocadora

Cada uno de estos apartados será a continuación objeto de análisis a partir del comentario de una selección de las circunstancias tipográficas que forman parte de cada uno de ellos.

INTERVENCIONES DEL CONTORNO GLOBAL CON ALTERACIÓN DE LAS FORMAS TIPOGRÁFICAS

Estas intervenciones actúan sobre las formas tipográficas singulares del texto alterando sus contornos a partir de una acción transformadora de rango superior que actúa sobre el marco general del conjunto tipográfico. Es la transformación de ese marco global del texto la causa de las deformaciones singulares de los glifos alojados en su interior.

Un magnífico ejemplo de alteración del contorno tipográfico global lo tenemos en este rótulo de difusión comercial de la marca *Pirelli* (FIG. III.2.4.1). El marco integral en el que se desenvuelve el conjunto tipográfico ha experimentado una alteración desde la forma cuadrangular que le es connatural hasta la violencia que presenta el *artefinal*¹. La transformación curvilínea de los contornos del marco ha obligado a las formas tipográficas interiores a una readaptación de sus apariencias interviniendo así la arquitectura reglada de los glifos pero no por una acción singular ejercida sobre cada uno de ellos sino por la acción ejercida por una instancia superior en el marco general de la composición. Para que este tipo de intervenciones concluya con éxito

1 Un *artefinal* es el resultado de un proceso gráfico que ha resuelto todos los requerimientos previos a su reproducción masiva final.

es necesaria la participación de una fuente tipográfica cuya arquitectura favorezca la percepción de la acción deformante ejercida por la instancia superior. La idoneidad dependerá, en parte, de la caja tipográfica utilizada, que deberá ser la caja alta pues el uso de minúsculas desembocará en un paisaje tipográfico complejo a causa de la participación de tres niveles diferentes: la altura de x, los astiles ascendentes y los astiles descendentes. El paisaje tipográfico del texto de origen, ese texto previo a la intervención deformante, debe ser un paisaje simplificador, sometido a la organización reductora de una retícula ortogonal que actúe, después de la intervención deformante, como referente para la comprensión eficaz del resultado. La arquitectura de los glifos debe estar próxima, por lo tanto, a una voluntad ortogonal con unos glifos de apariencia cuadrangular. La red reticular del conjunto tipográfico debe estar compuesta por la mayor cantidad posible de líneas referenciales, razón por la cual el espesor de los trazos debe ser considerable pues los bordes de las astas actúan aquí como indicadores de esas líneas de referencia. Siempre que sea posible la fuente debería tener un comportamiento modular, en el cual la anchura de la huella de los glifos sea equivalente, pues de este modo se facilita la percepción de la red articular original en la que se apoya el texto deformado. Todas estas circunstancias, salvo la del comportamiento modular, están presentes en la fuente utilizada en el ejemplo de *Pirelli*. El potencial semiótico de la intervención se deriva de la literalidad del discurso, [*Neumáticos*] *Pirelli* [*modelo*] *Cintura. Seguridad en las curvas*. La deformación tipográfica convierte al texto en una banda que se curva violentamente en el extremo izquierdo —el punto de inicio de la acción, en el sentido de la lectura— para volver a curvarse con violencia; una doble curva cerrada a partir de la cual la banda tipográfica recupera la rectitud alejándose hacia el extremo derecho del texto —el punto final de la acción, en el sentido de la lectura. El recorrido del texto insinúa la trayectoria de un vehículo en una carretera de sucesivas y pronunciadas curvas al final de las cuales el automóvil recupera su firme trayectoria lineal sin involuntarios desplazamientos compensatorios. El automóvil está sugerido en el gráfico por la presencia del neumático, que actúa como recurso retórico del tipo *sinécdoque*², lo cual procura también a la franja de texto la apariencia de una estela de movimiento.

En esta composición tipográfica (FIG. III.2.4.2) la deformación que presentan los contornos de las letras proviene de la acción deformante ejercida desde el exterior a partir de la transformación

2 La *sinécdoque* es un recurso retórico por el cual o bien un elemento parcial representa todo el conjunto al cual ese elemento parcial pertenece, o bien es el conjunto entero el que representa a alguna de sus partes constituyentes.

del rectángulo contenedor original. La transfiguración del marco rectangular en un contorno curvilíneo complejo ha ocasionado la deformación de las celdillas de la trama original interna del rectángulo, transmutando su carácter inicialmente ortogonal en una red de líneas sinuosas que se avienen al impulso ejercido desde la acción deformante aplicada al marco global. De ese modo, el comportamiento ortogonal de la trama fundamental de los glifos en el interior del marco han sufrido también sobre ellos el efecto de la acción. De nuevo en este caso el empleo de caracteres de caja alta mejora el aspecto final por la geometría del paisaje tipográfico que se deriva del empleo de unos glifos que comparten la misma altura. La utilización de un tipo del grupo de las Grotescas es adecuada porque la simplificación geométrica de los glifos ayuda a percibir la deformación sufrida por la trama ortogonal del interior del marco, pues el ritmo ortogonal inicial de dicha trama es afín a los ritmos ortogonales iniciales de los glifos, previa su deformación. También los caracteres presentan un peso visual muy fuerte, condición favorable para la visualización del efecto deformante ejercido sobre ellos. El efecto de presión se intensifica además por dos factores que son clave. El primero de ellos es evidentemente la propia expresión literal del término. El segundo es de carácter gráfico y su causa reside en los cuatro elementos en forma de flecha que apuntando hacia el área interior de la composición tipográfica la afectan justo en los momentos axiales donde la composición reduce sus dimensiones. Si estos dos factores se alterasen de manera interesada, el efecto final de la composición tipográfica podría incluso producir una lectura semiótica opuesta a la que ahora ofrece. Por ejemplo, pensemos que en lugar del término *opresión* aparece el término *expansión*. E imaginemos que los cuatro elementos en forma de flecha se sitúan ahora en los vértices de la composición, alineados con una trayectoria en diagonal que pase por el centro de dicha composición, y con sus extremos apuntando hacia el exterior. La misma acción interventora produciría lecturas no sólo diferentes sino opuestas, y ello por el concurso de elementos literales y gráficos dispuestos en la forma en la que en cada momento conviniese. Esta circunstancia, más allá de la anécdota, nos conduce a una interesante reflexión; y es que no debemos pensar que exista algo parecido a un *catálogo de equivalencias* en el que un determinado recurso interventor produzca un estímulo semiótico determinado. Serán el contexto en el que se produce la intervención tipográfica y el concurso de las diversas acciones interventoras las que definan los valores añadidos proporcionando un resultado semiótico. Esto último podría llevar asimismo a una conclusión equivocada en el sentido que si no es posible definir equivalencias semióticas, tampoco sería posible a partir del uso premeditado de recursos interventores conseguir los resultados semióticos que interesen,

lo cual anularía la posibilidad de un método sistemático. Como veremos en el capítulo correspondiente es absolutamente factible articular una metodología proyectual que nos permita, a partir del planteamiento de las significaciones objeto de comunicación, organizar metódicamente la acción conjunta de las acciones interventoras más oportunas. Será precisamente la sistematización de la casuística interventora tipográfica la que nos permitirá luego establecer una metodología de aplicación de recursos, pero esta metodología no puede fundamentarse en una relación de correspondencia simplista que supuestamente permita, tras observar el resultado semiótico de un acto interventor, invertir el recorrido para concluir erróneamente que ese acto conduce inequívocamente a aquel resultado.

En el siguiente ejemplo la lectura literal nos informa de la naturaleza de la proclama (FIG. III.2.4.3) aunque no declare el origen del sentimiento de opresión. No obstante la significación opresiva se resuelve gráficamente mediante la intervención del contorno global tipográfico de un segmento del texto. La deformación de la retícula ortogonal inicial en el marco rectangular del segmento de texto afectado arrastra consigo la deformación de los contornos de los glifos en su interior. Y esa deformación, como en los ejemplos anteriores, es efecto de una causa de rango superior que obliga a la forma de los glifos a someterse a la acción transformadora derivada de dicha causa. Y al igual que en los ejemplos precedentes la fuente elegida es de geometría simple, con un texto resuelto en caracteres de caja alta y con un potente peso visual. Lo mismo también que en los casos anteriores el eje principal de los glifos es de orientación vertical, pues la variante cursiva de eje inclinado produciría un extrañamiento entre la red articular de las formas tipográficas y la red ortogonal virtual del marco rectangular inicial en el que se encuadra el texto, afectando negativamente a la eficaz percepción del resultado final. Por otro lado observamos que se ha eliminado el acento del carácter /O/, a pesar de que la supuesta norma ortotipográfica que permite la elisión del acento en las vocales de caja alta es absolutamente errónea y proviene, como sabemos, de los períodos en los que la fabricación de pólizas tipográficas con tipos móviles de plomo aconsejaba la eliminación de los *volados* o también llamadas *pestañas*³ por la fragilidad que suponían estos pequeños apéndices, expuestos a la rotura por presión en el momento de la estampación, o por el roce entre las *suertes* en los *cajetines* de

3 Las llamadas *pestañas* o *volados* son unas prolongaciones que sobresalen del ojo tipográfico más allá de los límites del contratipo en los tipos móviles de plomo, normalmente debido a signos diacríticos como acentos o a las extensiones de astas de algunos glifos.

los *chibaletes*⁴. La eliminación en este caso del elemento diacrítico es una licencia creativa que se justifica si vemos esta otra ilustración (FIG. III.2.4.4) que mediante la intervención inclusiva de un elemento externo completa la literalidad del discurso, incompleto antes en su condición textual pero completado ahora mediante la referencia gráfica a la esvástica nazi. El poderoso volumen del elemento y su ubicación sobre el texto intervenido, así como su cercanía a él y la coincidencia de sus contornos contiguos ejerce una fuerza opresora sobre el texto. Su presencia entonces resuelve la incompletitud de la literalidad del discurso al definir el origen de la opresión que se cita en el texto, y potencia las significaciones que se derivan de las intervenciones tipográficas.

El cartel cinematográfico del filme *La vida de Brian*, una producción británica de 1979 dirigida por Terry Jones con la participación del grupo Monty Python (FIG. III.2.4.5), presenta en el texto titular una intervención tipográfica que altera la forma tipográfica por la acción deformante del marco del texto. La extrusión es un recurso interventor independiente por lo que en principio debemos centrarnos en el plano que propiamente contiene las formas de las letras afectadas por la intervención del contorno global. La manipulación del marco persigue en este caso un efecto perspectivo que produce el efecto de un contrapicado fotográfico, con el cual, y en el contexto de este cartel, infunde en el texto una condición de magnificencia y grandiosidad de tono ciertamente sobreactuado que encaja muy bien con el estilo de la película. Esa magnificencia se acentúa con el recurso interventor de la extrusión. El enorme cuerpo tipográfico insiste también en la misma dirección, y la textura pétrea aplicada al volumen tipográfico simulado alude de algún modo al periodo de la antigüedad en el que se desarrolla el argumento del filme. Como en los casos que hemos comentado antes, la fuente es de geometría reductora, con un peso visual muy potente, sin remates ni adornos, en caracteres de caja alta y con contrapunzones muy reducidos. La esperpéntica espectacularidad del rótulo y su apariencia adusta y solemne se acerca, con una traviesa intención irónica, a los estilos tipográficos de las grandes superproducciones hollywoodienses del tipo de *Ben-Hur* (FIG. III.2.4.6).

Hemos insistido hasta aquí en la necesidad de unas determinadas características que inicialmente deben tener las fuentes tipográficas que vayan a ser objeto de una intervención del contorno global. Geometría reductora, caracteres de caja alta, peso visual generoso, eje tipográfico

4 Los *chibaletes* son unos muebles que contienen las pólizas tipográficas de plomo utilizadas en las técnicas tradicionales de los talleres de las artes del libro impreso. Contiene una serie de cajas divididas en *cajetines*, espacios en los que se guardan las *suertes* de tipos móviles. Las *suertes* son las piezas de metal de tipos móviles.

NO A LA OPRESION

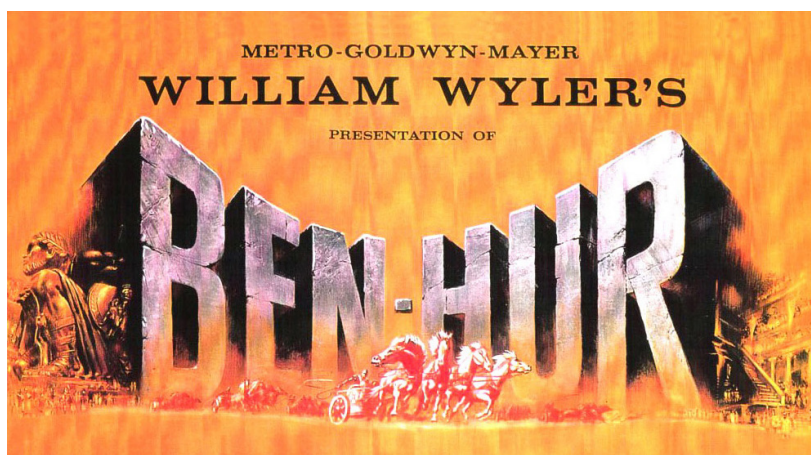
FIG. III.2.4.3



FIG. III.2.4.4

FIG. III.2.4.5

FIG. III.2.4.6



de orientación vertical, etc., son los puntos principales de los que depende el éxito de la intervención formal, y por los motivos ya explicados. En el ejemplo de la ilustración (FIG. III.2.4.7) el texto declara en su literalidad lo que desde su apariencia gráfica se evidencia. El texto ha sido manipulado en un software informático de trazado vectorial convirtiendo el texto a contorno, esto es, vectorizándolo y perdiendo por tanto su condición de texto editable pero habilitándolo para soportar ciertas manipulaciones formales. La palabra, con un total de ocho caracteres, permite fácilmente la división de sus elementos en dos líneas. La coincidencia entre la longitud de las líneas superior e inferior se consigue mediante el empleo de una fuente de tipo modular que iguala, o acerca, el espesor de cada uno de los glifos. Por supuesto los caracteres son de caja alta y fuerte peso visual. Los caracteres de estructura redonda /G,O/ presentan un cierto achatamiento que los somete a una apariencia cercana al rectángulo. Por otro lado el carácter /A/, cuyo *bouma*⁵ original de forma triangular rehúye el sometimiento al marco rectangular previo a la deformación, se ha modificado para acercarlo a un comportamiento ortogonal. El interlineado se ha reducido drásticamente para hacer más compacto el conjunto y sugerir con suficiente claridad, tras la deformación, los vértices de la figura hexagonal. La intervención del contorno global del marco hasta llevarlo a la forma de un hexágono se ha llevado a cabo aplicando en el programa vectorial un marco editable cuyos seis nodos se han arrastrado hasta hacerlos coincidir con la forma final. El resultado es, desde la gráfica, suficientemente elocuente. Los mismos pasos se han seguido en el caso de esta otra ilustración (FIG. III.2.4.8) para la cual sin embargo se ha utilizado una fuente tipográfica de características bien diferentes, absolutamente opuestas por cierto a lo que aconsejaría una intervención de este tipo. La fuente es de tipo manuscrito, lo que la hace participar de una profusión curvilínea inapropiada. El problema de su poética curvilínea se acentúa si tenemos en cuenta que el carácter espontáneo de su grafía elimina casi por completo la referencia a un canon estructural, condición necesaria como vimos para estos juegos interventores. El espacio entre líneas se abre más de lo aconsejable. Y por si todo ello fuese poco, el texto está escrito en caja baja con un juego de caracteres que presenta glifos con astiles ascendentes y descendentes, con lo cual el paisaje tipográfico se complica enormemente. Sin embargo la configuración, en el programa vectorial, del efecto de deformación del marco tipográfico es idéntica a la del texto de la ilustración anterior, habiendo arrastrado además los nodos del marco editable a las mismas posiciones. Se hace aquí evidente, por tanto, que la elección de la fuente es fundamental para la correcta percepción del recurso de intervención.

5 Se llama *bouma* a la arquitectura imaginaria a la que debe remitirse un carácter para que sea reconocido como tal.



FIG. III.2.4.7



FIG. III.2.4.8



FIG. III.2.4.9

FIG. III.2.4.10



FIG. III.2.4.11



La siguiente ilustración está resuelta enteramente con elementos tipográficos que han sido intervenidos con una alteración del marco global (FIG. III.2.4.9). El texto ocupa el espacio de las franjas naturales de la cebra representada en el dibujo, así como a ciertos detalles de la zona del ojo; y las alteraciones se aplican a la palabra *zebra*, cebra, que se repite, conformando largas cadenas de texto que se ajustan bien a las largas franjas del animal. La curvatura exterior de las cadenas textuales dan noticia además de los volúmenes de la cabeza. La espectacularidad del resultado no está, sin embargo, en sintonía con la calidad de la intervención que depende más de la paciencia del ilustrador que del poder sugerente de la manipulación del texto. Aun así es un ejemplo perfectamente válido de la acción interventora sobre el texto mediante la manipulación del marco global del conjunto tipográfico. El resultado está mucho más cercano al campo de la ilustración que al de la comunicación gráfica a través de elementos tipográficos. La intervención se fundamenta en la condición de iconicidad del texto intervenido, que alude claramente a la peculiar apariencia de la piel del animal.

En el cartel de la compañía del *Circo Italiano* (FIG. III.2.4.10) la intervención tipográfica, mucho más modesta que la del caso anterior desde un punto de vista técnico, es mucho más valiosa contemplada desde su potencial semiótico. La deformación del marco general del texto alude al perfil del casco de un enorme barco. La identificación con este objeto se produce sobre todo por la gráfica realista que lo acompaña y que sitúa al texto navegando a través del mar. En este caso podemos observar que la naturaleza gráfica de la fuente inicial, previa a la deformación, se ajusta a los condicionantes de idoneidad tales como caracteres de caja alta, peso visual muy potente, espaciado entre caracteres reducido y una arquitectura tipográfica de comportamiento ortogonal especialmente visible en el carácter /O/ cuyo extremo superior derecho adopta la forma de ángulo recto para ajustarse mejor al extremo de popa de la embarcación; mientras que el carácter /I/ curva su extremo superior izquierdo para ajustarse al contorno de proa. La recargada diversidad de elementos circenses que figuran en la parte superior del texto expresa la riqueza de los eventos que la compañía es capaz de ofrecer. Y la alusión marítima alude a aquello que viene allende los mares en expresión de lo desconocido y lo exótico. Además de la intervención tipográfica de carácter global existe una intervención tipográfica, también del tipo de contorno, pero esta vez de carácter singular. Los extremos inferiores de las astas de las letras se han manipulado para ajustarse a los contornos del oleaje de manera que se produce así una integración entre texto e imagen. La orientación de la forma del barco sugiere un desplazamiento de llegada, lo cual se produce por el sentido de lectura occidental izquierda-derecha; un recurso sencillo pero eficaz para dar cuenta de una llegada inminente.



FIG. III.2.4.12



FIG. III.2.4.13

FIG. III.2.4.14

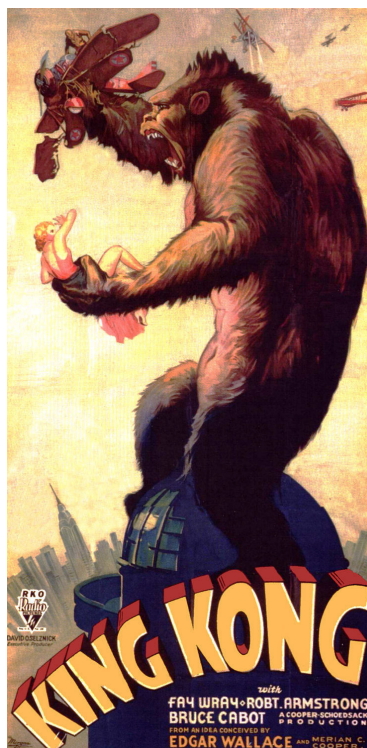


FIG. III.2.4.15



FIG. III.2.4.16



El rótulo de este establecimiento de hostelería situado en un espacio abierto del casco antiguo de la ciudad de Sevilla (FIG. III.2.4.11) presenta una acentuada deformación del marco global del conjunto tipográfico que ha obligado a los caracteres en su interior a una violenta readaptación de sus contornos singulares. La readaptación se debe entonces a una instancia deformante superior ejercida sobre el marco que engloba el texto. Pero los caracteres /A,S/ a la derecha de la composición han sufrido una alteración que no depende de esa instancia superior sino a una voluntad deformante singular aplicada a cada uno de los caracteres afectados. La silueta final es la de una mítica sirena, una deformación que alude al propio nombre del local. Curiosamente, y no por casualidad, las características tipográficas de la fuente tipográfica de partida son las mismas que ya hemos declarado con anterioridad.

En el cartel del filme *A la deriva*, una producción alemana de 2006 dirigida por Hans Horn (FIG. III.2.4.12) el texto titular sufre una alteración de sus contornos que podría hacernos dudar acerca de su naturaleza global o singular. Sin embargo, y vista la correspondencia entre las deformaciones de contorno entre glifos contiguos podríamos presumir que se trata de una alteración del contorno global que afecta de manera muy marcada a la red articular interna del marco general tipográfico y por tanto también a los contornos individuales de los glifos del conjunto. La intervención alude al comportamiento ondulado de la superficie del mar, sobre la cual el texto parece flotar. Hay que decir que hay en este caso una doble intervención del marco tipográfico. En primer lugar una que afecta al texto produciendo un efecto perspectivo que sitúa espacialmente al texto en el contexto de los elementos en escena. Y en segundo lugar una segunda intervención global del marco que produce en las formas tipográficas las vibraciones onduladas a partir de las cuales se consigue el efecto de un texto que se proyecta sobre la superficie mórbida del agua. Es interesante en este caso observar que se ha utilizado una caja baja, lo que parece ir en contradicción con lo recomendado. Sin embargo, y para paliar la dificultad de un paisaje textual complejo, la altura de x de la fuente ha crecido al punto de minimizar enormemente los astiles ascendentes de las letras /l,d/, lo que favorece la percepción del efecto de manipulación. Para salvar también el escollo que supondría el tener que deformar una fuente de caja baja con su consecuente cuota de ductus y su profusión curvilínea, el tipo elegido reajusta los glifos sometiendo cada uno de ellos a un espacio marcadamente rectangular gracias a lo cual los caracteres con astas tradicionalmente curvas rectifican éstas evidenciando una ortogonalidad que favorecerá el resultado de la intervención tipográfica. Otras intervenciones como el color y la textura se suman aquí para dar efecto de que el texto se comporta como una especie de

lámina que se ajusta a la superficie acuática. En definitiva lo que le está ocurriendo al texto es lo mismo que les sucede a los personajes que aparecen en el cuadro de la composición.

En este otro cartel cinematográfico de un clásico estadounidense del año 1933 (FIG. III.2.4.13) nos encontramos con otro texto titular afectado a causa de una intervención tipográfica de carácter global que afecta al marco tipográfico alterando consecuentemente el conjunto de glifos en su interior. La alteración produce sobre el texto un efecto de espectacularidad. La fuente de partida, resolviendo el texto en caracteres de caja alta, con un gran peso visual y con reducción del track responde a los requerimientos aconsejados, comunes para este tipo de intervenciones. La espectacularidad producida por la curvatura de la línea de base y por el efecto *in crescendo* del cuerpo tipográfico está en paralelo con los espectaculares efectos cinematográficos que, para la época, se desplegaban en la película. Para acrecentar el efecto de solidez, en alusión a la figura monumental del mono gigante, unas líneas de contorno amarillas dan efecto volumétrico a las letras del título. Por último el enorme cuerpo tipográfico está obviamente en relación con las características del animal protagonista. Un segundo cartel de época para el mismo film (FIG. III.2.4.14) utiliza el mismo tipo de estrategias recursivas aunque en este caso la solidez del texto se incrementa mediante el efecto de extrusión de las letras.

En la ciudad de San Francisco, estado de California, USA, las pendientes y las escaleras forman parte del paisaje urbano hasta el punto que se han convertido en signo de identidad de la ciudad estadounidense. En este rótulo promocional (FIG. III.2.4.15) el texto que desde su literalidad define la localidad, expresa también a través de su apariencia tipográfica la circunstancia orográfica que la identifica. A partir de una intervención del marco global tipográfico, los caracteres se deforman para dar la apariencia de una escalinata sin que ésta aparezca físicamente, tan sólo sugerida por el comportamiento de los contornos tipográficos del conjunto del texto. Por otro lado es una invitación a subir la escalinata, elemento de carácter simbólico que alude a aquello que nos permite el acceso a lo desconocido, a modo de puente que establece un enlace entre nosotros y el objeto de descubrimiento. Como casi siempre, los textos se expresan en caracteres en mayúscula, con un grosor de astas considerable, y con una arquitectura de los glifos de voluntad cercana a la forma del rectángulo.

El juego tipográfico que presenta el logotipo de la marca *Wonderbra* (FIG. III.2.4.16), que significa literalmente *sujetador maravilloso*, expresa gráficamente por sí solo las bondades en las que reside su maravillosa cualidad. Wonderbra es una marca de origen estadounidense pero el

producto se desarrolló en tierra canadiense y obtuvo un gran impacto mediático en la década de los noventa del siglo pasado. La carga semiótica del texto se consigue por una intervención tipográfica aplicada al marco global que encuadra el conjunto del texto, y que afecta a las formas tipográficas del interior. A pesar de ello, y para conseguir el paralelismo entre el producto y sus resultados cuantitativos, los dos contrapunzones de los caracteres /o,b/ han crecido, o se han inflado, espectacularmente; en alusión a los atributos femeninos objeto de transformación. Este crecimiento de los contrapunzones no es, en puridad, técnicamente posible a partir de la sola manipulación del marco; para lograr el efecto hay que intervenir la trama articular en el interior del marco de texto, lo cual no es óbice para su consideración como recurso interventor de carácter global.

Reid Miles fue un diseñador gráfico estadounidense activo a partir de la década de los cincuenta del siglo pasado. La extraordinaria calidad de su trabajo para la industria discográfica, que consistió en cientos de portadas para las cubiertas de los discos de vinilo, dejaron una profunda huella en la poética gráfica de la segunda mitad del siglo. En este diseño de cubierta para el trabajo *The Rumproller* del músico Lee Morgan (FIG. III.2.4.17), un trompetista de jazz estadounidense, la sensualidad y la cadencia del sonido se expresa mediante una intervención tipográfica que deforma con violencia las formas tipográficas estirándolas, como arrastradas por el envite de una fuerza invisible, aplicándoles la sinuosidad rítmica de su propio impulso hedonista. El texto expresa así, probablemente, las cualidades de la música de la cual la forma tipográfica es embajada. Huelga hacer mayor hincapié en las características formales de la fuente de origen, que son las mismas que las ya citadas en la mayoría de los ejemplos analizados anteriormente. Pero obsérvense las pequeñas modificaciones en el texto previo a su manipulación definitiva, tales como la esquina en ángulo recto del carácter /O/ en la segunda línea del texto, o la invasión del vértice superior izquierdo del carácter /U/ en el espacio vacío que deja la cabeza del carácter /R/ en esa misma segunda línea, o la invasión de la cabeza y el asta inclinada del carácter /R/ en los espacios vacíos contiguos que deja el carácter /G/ en la tercera línea del texto, entre otras modificaciones del mismo calibre. Todas ellas apuntan hacia una voluntad de cubrición de los espacios de silencio, estrategia que mejorará la percepción de la deformación de los glifos provocada por la acción interventora en el marco global. Y por otro lado, y curiosamente, esas pequeñas alteraciones previas de la forma de los glifos están en consonancia con la estética de los tipos utilizados por la corriente del arte psicodélico americano que se estaba produciendo



FIG. III.2.4.17



FIG. III.2.4.18

clickair
Mosca / Moscow

TEXT: LUCAS LAUREN FOTOS: ST. DANIEL'S MONASTERY PUBLISHING HOUSE

03
05
07
09
11
13
15
17
19
21
23
25
27
29
31
33
35
37
39
41
43
45
47
49
51
53
55
57
59
61
63
65
67
69
71
73
75
77
79
81
83
85
87
89
91
93
95
97
99

EL ESPÍRITU DE
LAS CAMPANAS

Una nueva
revolución se
está fraguando en
Mosca, pero no en la
Plaza Roja, si no en
la humilde torre rosa
del Monasterio de
San Daniel

Ringin'
the Changes

The resurgence of the
Russian Orthodox Church
has no greater symbol
than the mighty bell, being
returned to Moscow's St
Daniel's Monastery

LOS PROTAGONISTAS DE
esta revolución no son
tanques ni soldados, son unas
gigantescas campanas rusas
que pesan la friolera de trece
toneladas. En agosto, Harvard,
en Estados Unidos, devolverá
las campanas a su lugar de
origen, el monasterio de San
Daniel después de casi 80 años
en el exilio. Hace tiempo que ya
se vuelve a oír el repique de las
campanas por toda Rusia. Suenan
en ceremonias religiosas, en fiestas y
dan un cierto ritmo a la vida cotidiana.
Monjes ortodoxos rusos con barba y
túnicas negras rusa son los encargados de
hacerlas sonar. Pueden tardar hasta tres años
en aprender a tocarlas, todo un arte que un
monje campanero describe como "una parte del
alma rusa". Si las campanas son el alma de Rusia,
entonces San Daniel bien puede ser su
corazón espiritual.

BELL-RINGING HAS A GLORIOUS
tradition in Russia. Bells toll for
prayers and festivals, and give
rhythm to daily life. It can take
three years to learn to play them,
and one bell-ringing monk calls
them "a part of the Russian soul".
So the planned return of St Daniel's
historic bells from America this
August, after eight decades of exile at
Harvard University, is big news.
St Daniel's Monastery, Moscow, is at
the centre of modern Russian Orthodoxy,
which has gone from strength to strength in
the two decades since the end of communist
suppression. The monastery was founded in 1282
by Prince Daniel, and is the official residence of His
Holiness the Patriarch of Moscow and All the Russias
Alexy II. The entrance, near the Pavletskaya metro, is
cladged with burlastikas selling colourful silk scarves, icons,
and prayer inscribed leather belts made by the monks. Indeed,
if the bells are Russia's soul, St Daniel's may be
its spiritual heart.

FIG. III.2.4.20

justo en ese instante y que, por cierto, hereda las formas de los estilos tipográficos de la secesión vienesa de principios de siglo. Lo cual podemos constatar si comparamos los usos tipográficos en la cartelería del artista psicodélico norteamericano Wes Wilson (FIG. III.2.4.18) con los tipos empleados en la cartelería secesionista por Adolf Boehm o Alfred Roller (FIG. III.2.4.19).

INTERVENCIONES DEL CONTORNO GLOBAL SIN ALTERACIÓN DE LAS FORMAS TIPOGRÁFICAS

Los casos analizados en el apartado anterior contemplan la alteración del marco general del texto cuando esa alteración conlleva también la redistribución de la red articular interior del marco provocando con ello la deformación de los glifos confinados en su área de influencia. Sin embargo existe un tipo de alteración del marco global que no afecta, dejándola intacta, la red articular interior permitiendo que el texto se redistribuya, sin alteración de sus contornos individuales, en el nuevo espacio disponible que la deformación del marco le proporciona. Técnicamente considerada, en el lenguaje del tratamiento de textos por ordenador, se trata de una modificación del marco de párrafo que redistribuye el texto en su interior pero no modifica las formas singulares de los mismos.

En esta página de una revista el texto que da cuerpo al artículo periodístico se redistribuye caprichosamente sugiriendo, por sus contornos de marco de párrafo, una silueta reconocible cuya forma de campana se justifica por la literalidad expresada en el texto titular que encabeza el artículo (FIG. III.2.4.20). El propio titular se comporta como parte del juego formal en tanto que alude a la viga que soporta la campana actuando como eje que permite su volteo. La deformación del contorno global del marco en el que se inscribe el conjunto de los glifos no ha alterado para nada la forma tipográfica individual de los caracteres. La intervención actúa sobre ellos permitiendo su redistribución en el nuevo espacio territorial que les permite la nueva silueta del marco. Para evitar problemas de ilegibilidad, y no sobrepasar el número de pulsaciones por línea, el cuerpo de texto se distribuye en dos columnas. Y para evitar también la monotonía de la textura tipográfica ese cuerpo de texto se configura con el concurso de texto en negrita, tipos cursivos, cuerpos tipográficos diferentes, color del relleno y otros. Teóricamente considerado, este recurso se emparenta con el recurso de *arracada*, por el cual la silueta global de la textura tipográfica se reorganiza para dejar paso a los perfiles de una imagen inserta o a algún otro elemento vectorial o tipográfico incluido en la maquetación de la página. El recurso es siempre llamativo, y bien utilizado puede tener un gran potencial semiótico, pero precisamente por estas

dos razones su utilización debe estar presidida por la moderación pues su uso excesivo resultará cansino y enturbiará la *lecturabilidad*⁶ del texto.

En el número del 12 de febrero de 1933 del semanal alemán *Die Zeit* (FIG. III.2.4.21) un texto en arracada deja paso a la figura de la ilustración al centro de la composición, un reloj de pulsera. La disposición del reloj de la ilustración alude por la reubicación de sus elementos principales a las manecillas de un reloj; un efecto que se incrementa por la presencia de un texto con la línea de base inclinada y que recuerda a la manecilla del segundero. Pero enseguida percibimos que todos estos elementos forman parte de otro reloj, esta vez sugerido a partir de la arracada del texto, que sugiere una esfera circular. Para insistir en el efecto la arracada del texto en la columna derecha presenta una pequeña mordedura rectangular a media altura que indica la posición de la rueda de configuración de un reloj de pulsera. La alteración del contorno global tipográfico, o expresado en la jerga informática, la configuración de los marcos de párrafo de las dos columnas de texto afecta a la silueta de la textura tipográfica pero no deforma los glifos en el interior del marco de párrafo, los cuales redistribuyen merced a los nuevos límites establecidos.

En este anuncio publicitario que tiene por objeto la concienciación viaria (FIG. III.2.4.22) podríamos no conocer, hasta que lo leyésemos en el texto de letra pequeña, la entidad emisora que publica el anuncio. Sin embargo, y antes de acceder al grueso de los contenidos informativos desarrollados en el texto de letra pequeña, sabemos que la entidad emisora es la Cruz Roja española. En efecto, una intervención tipográfica que afecta al marco global del texto lo redistribuye en su interior de manera que a partir de los contornos originados por el efecto de recorte de la textura tipográfica se dibuja virtualmente el perfil de la nación española. El discurso gráfico se completa con los contornos virtuales que se producen en el interior de la textura tipográfica, previa horadación de la misma, y que dibujan los perfiles de una cruz griega con las proporciones del signo de identidad de la entidad en cuestión. De este modo los valores añadidos al texto mediante estrategias gráficas permiten el reconocimiento inmediato del agente emisor. El color rojo del texto es, por otra parte, otro recurso tipográfico que expresa la titularidad del mensaje. Para que estos recursos interventores puedan administrarse con éxito es requisito indispensable que exista una buena cantidad de texto disponible, condición sin la cual el reconocimiento de los perfiles puede llegar a ser impracticable. Aunque es evidente que ello

6 Puede existir confusión entre los términos *legibilidad* y *lecturabilidad*. La *legibilidad* comprende una serie de circunstancias que deben cumplir los diseños de fuentes para facilitar la recepción de los contenidos literales de manera fluida y continuada. La *lecturabilidad* atiende a la organización visual de los contenidos.

depende de la complejidad del perfil aplicado a la textura tipográfica. A mayor complejidad del perfil, mayor cantidad de texto es necesaria al objeto de disponer de una mayor superficie de textura tipográfica.

En este detalle de un anuncio de página completa en el medio prensa de una oferta promocional (FIG. III.2.4.23), el texto informativo ocupa, por su ubicación y su forma aproximada, el lugar del reflejo de la copa. Un efecto de reflexión que no se percibiría por completo de no ser por el arranque del reflejo bajo el pie de la copa y que transiciona mediante un efecto de desvanecimiento hacia el espacio de textura tipográfica, señalando en ésta su condición reflectora.

Por último en lo que interesa a este apartado analizamos una obra del fotomontajista alemán John Heartfield (FIG. III.2.4.24). Con ella, tal como reza en el texto a pie de página, se honra a las víctimas católicas del fascismo en una voluntad de perpetuación de su memoria. La textura tipográfica al fondo, tras la cabeza del Cristo, contiene alusiones a la barbarie nazi. Los contornos tipográficos del marco global del texto originan la silueta de una cruz latina, símbolo del calvario pero también de la posibilidad de la redención. La gran cantidad de texto disponible no sólo ayuda al reconocimiento de la gráfica de la silueta, por otro lado de geometría muy simple, sino que enfatiza la gran cantidad de actos sangrientos cometidos en contra de la diversidad del género humano. Como en todos los casos analizados en este apartado, la acción deformante ejercida sobre el marco del texto no afecta a la red articular en su interior por lo que los glifos no sufren alteraciones formales sino que se obligan a una redistribución del texto de la textura tipográfica.

INTERVENCIONES DEL CONTORNO SINGULAR CON FUNCIÓN ICÓNICA

Las intervenciones ejercidas sobre el contorno singular de la letra afectan a uno o varios caracteres del conjunto tipográfico provocando efectos deformantes que no son posibles mediante la acción interventora del marco tipográfico global. Intervienen singularmente al glifo actuando sobre él independientemente del resto de los caracteres de la composición tipográfica. No es una instancia superior que obliga a la deformación del conjunto tipográfico, sino una manipulación puntual que afecta al perfil de una, o varias, letras en concreto. Hay que entender que la diferencia entre una intervención global del marco tipográfico y una intervención singular del contorno del glifo no se explica con el sencillo expediente de si los caracteres afectados son, respectivamente, todos o algún/os caracteres del texto. Un rótulo puede presentar alteración del contorno en todos los caracteres constituyentes sin que esa alteración se deba a una intervención del marco global tipográfico. Para que ésta exista, la alteración experimentada por el conjunto



FIG. III.2.4.2 I



FIG. III.2.4.2 3

ABC
y Gala te ofrecen
esta auténtica cristalería
de Bohemia de 33 piezas
Ahora, con ABC, vas a poder vestir tu mesa
de gala. Una fabulosa cristalería de bohemia de
33 piezas en la que verás reflejados el estilo de
Gala y la calidad de ABC. 6 copas de vino tinto,
7 copas de agua, 6 copas de vino blanco,
6 copas de cava, 6 vasos de tubo alto,
un decantador y una jarra de agua
para que disfrutes cada
día en tu casa.

FIG. III.2.4.2 5

La Cruz Roja esta
utilizando este espacio para que usted no lo
ocupe como noticia • **MANTENGA SU DISTANCIA**
• La Cruz Roja esta utilizando este espacio para
que usted no lo ocupe como noticia • **NO CORRA** • La Cruz
Roja esta utilizando este espacio para que usted no lo ocupe como
noticia • **SI CONDUCE, NO BEBA** • La Cruz Roja esta utilizando este
espacio para que usted no lo ocupe como
noticia • **SI ROJA ESTÁ UTILIZANDO ESTE ESPACIO PARA QUE USTED NO LO OCUPE COMO NOTICIA • CON NIEMBIA, NO SE DETENGA** •
La Cruz Roja esta utilizando este espacio para que usted no lo ocupe como noticia • **PRECAUCION** • La Cruz Roja esta utilizando este espacio para que usted no lo ocupe como noticia • **ATENCIÓN A SUS LUCES** • La Cruz Roja esta utilizando este espacio para que usted no lo ocupe como noticia • **NO CORRA** • La Cruz Roja esta utilizando este espacio para que usted no lo ocupe como noticia.

FIG. III.2.4.2 2

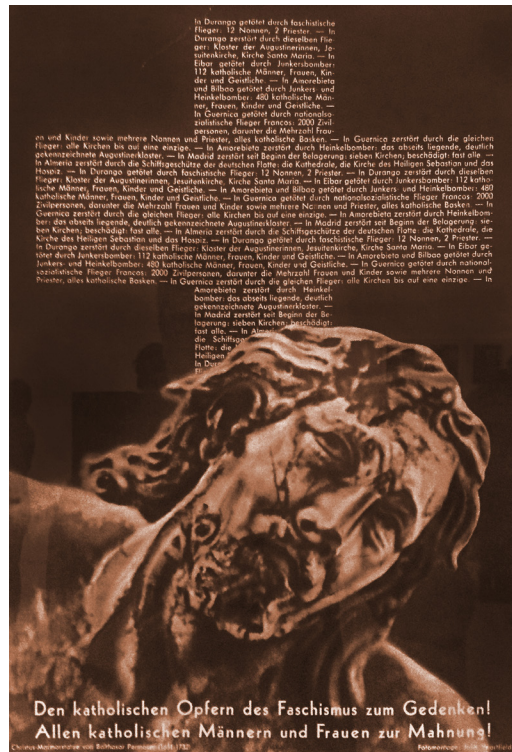


FIG. III.2.4.2 4



de glifos debe obedecer a una dinámica transformadora derivada de una instancia superior, de una acción transgresora aplicada al marco general del conjunto tipográfico.

En este anuncio de página completa del medio prensa se anuncia la inminencia de la proyección del film *Robots* (FIG. III.2.4.25). Se trata de una película de animación que a pesar de tener al público infantil como destinatario principal reflexiona sobre la sociedad de consumo actual y el aparato mediático publicitario a un nivel que la hace interesante a un público adulto. El argumento se desarrolla en una sociedad de pequeños y simpáticos robots dividida en clases dominantes y clases pasivas. La chatarra mecánica y los objetos industriales de desecho están muy presentes en la estética de la película. En el título del filme se juega insistentemente con esos elementos como objetos significativos de la estética de la película. Podemos considerar esta recursión tipográfica como una intervención de los contornos singulares de los glifos con una función icónica pues de tal naturaleza es el referente de la intervención. La alteración produce formas que, sin perder el reconocimiento de los glifos como tales, los transmuta en elementos mecánicos de desecho que se unen aleatoriamente más allá de la función que una vez tuvieron, para conformar la apariencia de letras vivas aportándoles un aspecto casual y de conveniencia. El rótulo del filme se convierte así en metáfora de unos personajes de ficción que para sobrevivir, y presionados por una sociedad de consumo que les impide adquirir los elementos mecánicos de repuesto que necesitan, han de hallarlos en los grandes vertederos que rodean la gran ciudad mecánica. El tratamiento hiperrealista de las formas metálicas es afín a la estética de los personajes. Y el alto nivel de saturación de los colores de las piezas apunta hacia la poética infantil con la que se desenvuelve el argumento.

En el logotipo de un restaurante madrileño encontramos un juego de intervenciones tipográficas que alteran con carácter semiótico los contornos singulares de las letras del conjunto (FIG. III.2.4.26). Hay cuatro intervenciones diferentes, todas de la misma naturaleza. Dos de ellas modifican las astas contiguas de las parejas de caracteres /M,P/ y /O,R/. La tercera intervención modifica el relleno del asta curva del primer carácter /O/. Y la cuarta actúa sobre la forma del contrapunzón del carácter /A/. Todas ellas aluden a los elementos de vajilla que podemos encontrar en una mesa bien dispuesta. Son demasiadas intervenciones y sobreactúan el potencial de significación pues todas apuntan, mediante recursos de carácter icónico, hacia la misma actividad. En la gráfica mediática el mensaje que se transmite a través de la intervención gráfica del texto ha de ser inmediato, esto es, fácilmente perceptible. Pero también ha de ser preciso y discreto en el sentido que todo efecto de repetición semiótica ha de ser evitado. De esta rémora



FIG. III.2.4.26



FIG. III.2.4.27

FINCA FLICHMAN
WINERY



FIG. III.2.4.28



FIG. III.2.4.29



FIG. III.2.4.30



se duele este logotipo que, más allá de ello, se presenta como un valioso ejemplo de intervención del contorno singular con función icónica. Los objetos que se sugieren no están presentes, sino aludidos por los contornos que definen su ausencia.

Un caso muy semejante al anterior, en el sentido que la presencia del objeto significativo se presenta a través de la ausencia provocada por la alteración de los contornos de dos glifos adyacentes, se nos muestra en este *anagrama*⁷ de una corporación vinícola (FIG. III.2.4.27). Los dos glifos que conforman el anagrama son las siglas del nombre de marca. Para permitir el juego gráfico el segundo de los caracteres se ha volteado horizontalmente, de manera que las dos astas principales de los glifos /F/ quedan contiguas. La mordedura de cada una de estas astas verticales dibuja, con ayuda del fragmento superior de asta no mordida, la tradicional silueta del cuerpo y cuello de una botella de vino. Para intensificar el efecto la parte inferior del cuerpo de la botella se redondea permitiendo dibujar en el asta de los glifos una especie de remate en forma de serif que concuerda gráficamente con el resto de los serifs de las letras. Para que la mordedura de las astas verticales no merme la legibilidad de las letras por el impacto de su envergadura, se ha elegido una fuente con gran contraste de modulación y fuerte peso visual, lo que proporciona una anchura de trazo suficiente que compensa la amplitud de la zona excavada. La función icónica de la intervención del contorno es clara en tanto que la forma en hueco que resulta de la acción interventora se referencia a un objeto reconocible, emparentado directamente con los fines comerciales de la sociedad que publicita.

En esta reconstrucción del antiguo logotipo, ya en desuso, de la empresa *Hoffman-La Roche* dedicada a la industria farmacéutica (FIG. III.2.4.28) se expresa, a través de una intervención tipográfica del contorno singular de uno de los caracteres del logo, la naturaleza de la entidad. En efecto la alteración del contorno tipográfico del carácter /O/ alude al comportamiento de una píldora efervescente sumergida en agua. La desintegración del glifo se logra mediante dos recursos interventores que ejercen su influencia semiótica de modo simultáneo. En primer lugar los contornos exteriores han experimentado el impacto de la mordedura, y en segundo lugar se añaden elementos de inclusión. Es una intervención del contorno tipográfico singular del glifo que por su tratamiento gráfico es de naturaleza icónica dado el carácter figurativo con el que alude al referente en el que apoya su potencial de significación.

7 En el contexto de la gráfica mediática un *anagrama* es un elemento de identidad de una corporación o entidad, resuelto tipográficamente mediante uno o varios caracteres pertenecientes al nombre de marca.

La naturaleza icónica del recurso interventor está presente también en esta otra reconstrucción del logotipo *Tacto* (FIG. III.2.4.29), un jabón líquido para tocador. El carácter /t/ extiende el extremo derecho de su asta transversal sobrevolando los caracteres hasta curvar su extremo justo encima del carácter /o/ que transfigura su apariencia apuntando la curvatura superior de su asta oval. El resultado de estas intervenciones tipográficas que alteran el contorno singular de los dos caracteres señalados es que mientras el glifo /t/ adopta la apariencia del cuello dosificador del envase, el carácter /o/ situado justo debajo de la prolongación del anterior toma la apariencia de una gran gota que aparenta caer del extremo del elemento dosificador. Es entonces una intervención del contorno singular con función de iconicidad, pues la apariencia que se deriva de la intervención adopta los contornos reconocibles de los elementos a los que alude. Otros recursos tipográficos entran en juego en este logo, como por ejemplo el suave tono rosado del relleno y el efecto de borde suave en los contornos, con los cuales y también en modo icónico se expresa la apariencia física de la sustancia jabonosa. El efecto de suavidad se incrementa con la participación del efecto de sombra arrojada que separa el texto del plano de fondo y le infunde la propiedad del volumen.

La exposición *Wir gehen baden*, Vamos a nadar, celebrada en el verano de 2015 en la Gemäldegalerie de Berlín con fondos de la Kupferstichkabinett, presentaba una serie de obras cuyo eje temático principal se centraba en el cuerpo desnudo, el agua y el baño al aire libre como ejercicio lúdico. El juego tipográfico en el texto titular de la exposición (FIG. III.2.4.30), calado en blanco sobre un fondo azul en alusión al elemento acuático, presenta unas intervenciones del contorno singular de los glifos que expresan gráficamente el eje temático de la muestra. Los términos *Gehen/Baden* están intervenidos por el borde inferior perdiendo una parte de su masa tipográfica, con lo cual simulan estar parcialmente sumergidos en la superficie del agua sugerida por el azul del fondo. Es esta una intervención tipográfica del contorno singular con función icónica, por el juego figurativo que presenta la alteración del texto. Pero otros recursos están presentes en este juego tipográfico, como por ejemplo la orientación aleatoria de los ejes de las letras en el vocablo *Baden*, Nadar, el elemento literal de mayor significación de la sentencia. La juguetona apariencia de los glifos a partir de los giros aleatorios de los ejes de las letras infunde dinamicidad y presta un aspecto lúdico al rótulo que va en sintonía con el tono general de la exposición. Y el elemento diacrítico de inclusión, un signo de admiración de cierre al final de la frase, le aporta además un carácter sorpresivo y jovial.

La página cincuenta y tres del diario El País de 16 de junio de 2005 presentaba el siguiente aspecto (FIG. III.2.4.31). Toda la franja lateral de la página parece haber sido dañada por la acción de una sustancia líquida que hubiese disuelto parcialmente el texto de la columna de la izquierda. Por el tratamiento tipográfico y la gran cantidad de texto simula ser un artículo de prensa, pero una vez que nuestra atención ha sido atraída por el impacto del daño nos percatamos que se trata de un mensaje publicitario emitido por una organización no gubernamental en el que se pide ayuda económica para los territorios afectados por una catástrofe natural. Y tal como reza en uno de los epígrafes del anuncio, *cuando ocurre una catástrofe, el agua puede empeorarla*. Es esa acción destructora del agua la que queda expresada mediante una intervención del texto que destruye su legibilidad, esto es, su estructura y su potencial identitario. Es, entonces, una expresión metafórica del desastre del que se nos quiere hacer partícipes. Esta intervención tipográfica deconstruye, deshaciéndolos, los contornos tipográficos singulares de un elevado número de caracteres del texto. Sólo las palabras clave que dan noticia del asunto, aunque dañadas, conservan un nivel suficiente de legibilidad. El recurso es de impacto pues consigue espolear la atención del lector indolente, y una vez descubierto el paralelo del recurso interventor con respecto al mensaje emitido la oportunidad de la estrategia interventora es de tal calado que invita inexorablemente a su lectura y despierta el interés. Toda una escenografía tipográfica que nos recuerda la conocida sentencia de Marshall McLuhan *El Medio es el Mensaje*. Efectivamente la manera en la que se presenta el soporte mediático actúa en este ocasión como vía de transmisión del mensaje que se pretende comunicar, impregnándolo de carga semiótica. Considerándolo en puridad, cualesquiera que sean las intervenciones tipográficas que devengan en potencial semiótico convierten al medio en mensaje, en el sentido que es la manera en la que se presenta ese medio y su consecuente reacción perceptiva provocada en el público receptor lo que convierte a dicho medio en el mensaje en sí.

En el rótulo *Exit* se evidencia que el medio, o manera en la que se presenta el mensaje, se transfigura en el mensaje propiamente dicho (FIG. III.2.4.32). Los caracteres /X,I/ sufren una alteración singular de sus contornos tipográficos y escenifican visualmente la literalidad del discurso. Mientras que la deformación curvilínea de las dos mitades inferiores de las astas cruzadas de la /X/ adoptan la apariencia de unas piernas en actitud de carrera que se orientan hacia la derecha, el carácter contiguo /I/ experimenta una deformación perspectiva que lo asocia con el vano de una puerta. Esos glifos expresan por sí solos con elocuencia lo que se dice en el texto aunque para la recepción inequívoca de su sentido expresivo sea preceptiva o al menos



FIG. III.2.4.3 I

EXIT

FIG. III.2.4.3 2

giacometti Terrenos de juego

Del 13 de junio al 4 de agosto de 2013



FIG. III.2.4.33



FIG. III.2.4.34



FIG. III.2.4.35

conveniente la previa participación de la literalidad. A pesar que, a diferencia de lo dicho para las intervenciones del marco global tipográfico, la utilización de caracteres de caja alta, fuerte peso visual, arquitectura tipográfica de geometría simple, etc., no son condición *sine qua non* para la bondad del resultado, sin embargo y con frecuencia encontramos algunos de estos preceptos en las fuentes intervenidas mediante este recurso. Tal como sucede, por ejemplo, en el caso comentado.

La exposición dedicada al artista Alberto Giacometti en Madrid en el verano de 2013 con el título *Giacometti. Terrenos de juego* y organizada por la Fundación Mapfre presentaba en el catálogo de la exposición y en los soportes de difusión de la muestra un sencillo y sugerente juego tipográfico (FIG. III.2.4.33). En él, dos de los caracteres del apellido del artista sufrían una alteración de sus contornos tipográficos singulares, elevando el extremo superior del astil de la /t/ muy por encima de su extensión reglada. Evidentemente una intervención que se encuentra en total sintonía con la poética filiforme presente en la producción del artista (FIG. III.2.4.34). Una poética que deriva, como desvelaron las tesis de la exposición celebrada en la Pinacoteca de París a finales del año 2011, de la estatuaría filiforme etrusca. La utilización de una caja baja acentúa aquí la pronunciada elevación de los caracteres que soportan la carga semiótica y expresa también, de algún modo, la faceta humana sencilla y discreta del artista suizo. La similitud formal entre el producto de la intervención y la poética formal de la obra de Giacometti conectan ésta con aquélla y la justifican como un recurso fundamentado en la función icónica.

En el juego tipográfico alusivo a la figura del artista postimpresionista neerlandés Vincent van Gogh (FIG. III.2.4.35) la acción interventora en el texto señala a uno de las anécdotas más dramáticas de su tortuosa existencia. A consecuencia probablemente de un altercado con su también temperamental amigo Paul Gauguin, Vincent sufrió el corte total o parcial del lóbulo de su oreja izquierda. Este hecho, repetido una y mil veces en las biografías del artista, es utilizado en esta composición tipográfica como signo identitario. El segundo carácter /G/ se ha seccionado cayendo al vacío, por efecto simulado de la gravedad, y dejando sólo en el lugar original una pequeña porción del glifo. La inversión horizontal del tipo se explica porque el otro carácter /G/ está situado a la izquierda del carácter /O/ haciendo las veces de su oreja derecha, aludiendo entonces el carácter situado entre ambas /G/ al rostro mismo del artista. La arquitectura redondeada del carácter seccionado y el pequeño asta transversal horizontal se asemeja al trazado simplificado de una oreja, recreándola. La intervención por tanto es de carácter singular, afectando al contorno tipográfico de uno de los caracteres y fundando su carácter semiótico en un juego de funciones icónicas.



FIG. III.2.4.36



FIG. III.2.4.37



FIG. III.2.4.38

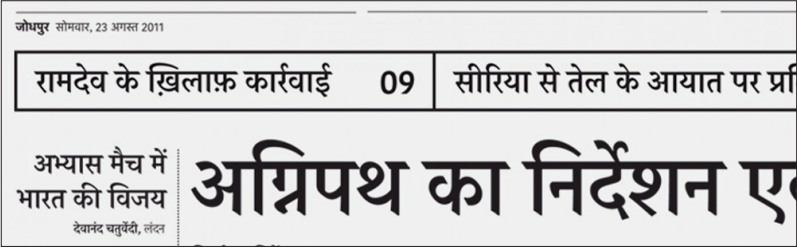


FIG. III.2.4.39

El Museo Marítimo de Holanda es un centro neerlandés en el que se muestra el patrimonio marítimo de Rotterdam. Su logotipo expresa con claridad la naturaleza de su contenido expositivo (FIG. III.2.4.36). El ritmo natural en zigzag del glifo /M/ de caja alta, que aparece cuatro veces en el logotipo, es la base desde la cual se desarrolla la intervención tipográfica que se centra en uno de ellos continuando el ritmo hacia su izquierda y abriendo la amplitud de onda del trazo para sugerir el movimiento de la superficie oceánica. Para potenciar el resultado se ha elegido una fuente cuyas astas cambian de dirección curvándose amplia y suavemente en sus vértices, lo cual favorece la gráfica interventora final. La apariencia de la fuente es amable y cercana, muy a tono con el espíritu de acercamiento de un centro expositivo especialmente orientado a la difusión popular del patrimonio cultural, especialmente a los más jóvenes. El uso de la mayúscula viene derivado de la oportunidad arquitectónica del glifo de caja alta y no, como en los casos del apartado anterior, de su paisaje simplificador. La función icónica de la intervención, que referencia la gráfica de la tipografía con el movimiento ondulante de la superficie marina, justifica la inclusión de este logo en el apartado que estamos analizando.

Un ejemplar litográfico de una cubierta ilustrada de la revista alemana *Jugend* fechada en septiembre de 1896 y diseñada por Peter Bauer presenta en el título de encabezado un elaborado juego tipográfico en consonancia con el propio discurso de la ilustración (FIG. III.2.4.37). El tono vacacional, playero y jovial de la ilustración de Bauer se traduce tipográficamente mediante la participación de una suerte de animales acuáticos que en su dinámica y caprichosa disposición conforman los caracteres que dan nombre a la revista del movimiento alemán del cambio de siglo. La intervención, ciertamente compleja, hay que entenderla como una intervención exhaustiva de los contornos singulares de los elementos tipográficos, y su voluntad icónica no deja lugar a duda alguna.

En este cartel anunciador de un concierto de música hindú en Berlín a cargo del artista Balaji També (FIG. III.2.4.38) los textos, incluido el expresivo titular que encabeza el soporte, están escritos en alemán y los glifos son de arquitectura occidental. Pero el titular, a pesar de estar escrito también en lengua germana presenta la apariencia de la escritura *devanagari* hindú (FIG. III.2.4.39). Los glifos devanagari son obviamente muy diferentes a los glifos occidentales. Se trata en este caso entonces de una intervención de la arquitectura del glifo occidental invistiéndola de unos comportamientos que, siendo propios de la devanagari, sin embargo no dificultan el reconocimiento del texto occidental. La impostura se ha conseguido mediante el recurso de intervenir los contornos singulares de los glifos acercándolos a la poética de esa escritura hindú.



FIG. III.2.4.40



FIG. III.2.4.41



FIG. III.2.4.42

El reconocimiento de la poética devanagari es posible por el referente icónico que se establece entre el glifo intervenido y la devanagari original. De este modo el texto titular expresa la nacionalidad y el sabor exótico de una cultura distante, motivo de atracción para los amantes de los ritmos musicales étnicos.

INTERVENCIONES DEL CONTORNO SINGULAR CON FUNCIÓN SIMBÓLICA

Este apartado se diferencia del anterior en cuanto a la voluntad de la significación provocada por la intervención tipográfica. Si la voluntad anterior era de carácter icónico, referenciando visualmente la forma de la intervención con el objeto aludido, en este caso será la voluntad simbólica de la intervención la causa a partir de la cual derive el potencial semiótico que generará el mensaje.

En la cara externa anterior del folleto de *Caja Madrid* para la difusión de una convocatoria de premios y becas de arte (FIG. III.2.4.40) el texto que identifica el año de la convocatoria, 2001, presenta una interesante y muy expresiva intervención tipográfica. El efecto semiótico es el del paso del tiempo y la presencia de una generación, la generación 2001, que está a punto de sustituir a la anterior, expresada gráficamente por los extremos superiores de los dos caracteres /00/ a punto de desaparecer más allá del marco virtual del texto. Un marco virtual y un comportamiento tipográfico que alude a un contador numérico. De nuevo en este contexto es preferible el uso de caracteres de caja alta pues una numeración del tipo *elzeviriano*⁸ habría creado un contorno tipográfico confuso y muy poco adecuado para la resolución del efecto. También aquí, como en los casos anteriores, es aconsejable una fuente de fuerte peso visual y con astas de grosor considerable pues el efecto de ocultación por la mordedura del glifo se apreciará más claramente en una versión negrita que en una light. Es este entonces un caso de intervención del contorno singular tipográfico.

El logotipo *Pampero*, un producto étlico de alta graduación (FIG. III.2.4.41), aparece en este anuncio de página completa del medio prensa para un público objetivo de perfil joven. La intervención tipográfica se localiza en la pareja de caracteres del final del logo. El asta inclinada del carácter /R/, con una trayectoria curvilínea al estilo tipográfico inglés, se prolonga más allá de su competencia hasta invertir el sentido de su trayectoria inicial y atravesar el carácter /O/

8 Los números *elzevirianos*, también llamados números de caja baja, son caracteres numéricos que están resueltos según una gráfica de tres pautas horizontales. Algunos dígitos tienen la altura de x de la fuente mientras que otros disponen de rasgos ascendentes o descendentes.

introduciéndose en su espacio de contrapunzón. Este juego tipográfico puede derivar en diferentes lecturas, pero fundamentalmente expresa la interrelación de dos elementos, una especie de simbiosis provocada por la intrusión de uno de los elementos en el interior de otro. Si el carácter sexual está presente o no puede prestarse a debate. Pero si, en línea con los presupuestos de algunos de los más grandes publicistas de la época, las campañas publicitarias no son más que la extensión de la identidad fundamental de la marca, basta con examinar el contenido del propio anuncio para concluir que la intervención tipográfica en el logo tiene una intención claramente sexual. El elemento masculino, órgano de introducción, y el femenino, órgano de recepción, quedan expresados tipográficamente. Una relación de este tipo obliga obviamente al concurso de sujetos de sexos opuestos. Y así aparecen en la imagen del anuncio, en parejas de dos. Hay un premeditado contraste entre la mitad inferior de la composición fotográfica, resuelta en tonos de gris y que representa la cotidianidad de una escena laboral, y la mitad superior en la que vemos a los mismos personajes en un ambiente festivo nocturno y desinhibido que se resuelve en tonos de color caliente, amarillos, anaranjados y rojos. Esos tonos se asocian con el color corporativo de la marca, que aparece en el logotipo, signo entonces de calor y vitalidad. Las relaciones de pareja que podrían concluirse de la lectura de la imagen se explicitan entonces a través de las intervenciones tipográficas que afectan a los contornos singulares de los glifos, en concreto a través de los dos últimos caracteres del logo. La lectura es de carácter simbólico, lo que justifica la inclusión de este ejemplar en el apartado que estamos analizando.

En el logo de *Lee*, una marca de moda textil en línea con la estética vaquera (FIG. III.2.4.42), los perfiles generales de las letras se han alterado adoptando un movimiento mórbido de ritmo irregular y aspecto rudo. Podríamos pensar que la intervención de los contornos es de tipo global ya que afecta a todos y cada uno de los caracteres del conjunto, pero desde la certeza de que este efecto recursivo es imposible de conseguir alterando el marco global del conjunto tipográfico y es sólo posible recurriendo a la intervención de los perfiles individuales de los glifos, la recursión tipográfica es en este caso de tipo singular. Existe otra intervención de tipo singular y es el pequeño astil de unión entre los caracteres, que los fusiona en una sola pieza. Semióticamente la intervención gráfica alude a los hierros de marcar el ganado, una estrategia para controlar la propiedad de las reses. Es curiosa la relación entre la función de este método ganadero y las estrategias de adocenamiento a partir de las cuales las grandes corporaciones multiplican su montante de adeptos, marcados e identificados así a través de los logotipos por el *hierro corporativo*. Esta intervención tipográfica alude entonces a la huella de un hierro candente;

y desde este punto de vista la recursión sería de carácter icónico. Pero teniendo en cuenta que una segunda lectura más sutil nos descubre la alusión a la pertenencia, una pertenencia consentida por parte del consumidor, habremos de concluir que la intervención presenta finalmente una voluntad simbólica, pues simbólico es el motivo icónico del hierro de marcar, en referencia al sentido de la propiedad.

La película *The Rocky Horror Picture Show* es una producción cinematográfica de 1975 dirigida por Jim Sharman. En uno de los carteles de difusión del filme (FIG. III.2.4.43) el texto titular aparece profusamente intervenido en sus contornos. Al igual que en el caso anterior todos los caracteres presentan el mismo ritmo de deformación. Aun así se trata de una deformación sólo posible mediante la alteración individual de los perfiles de cada glifo, lo que cataloga la intervención en el terreno de lo singular. Tanto por el uso del color rojo como por la forma que provoca la intervención, la referencia al elemento sangriento es evidente. Si en ello residiese el potencial semiótico la intervención sería de voluntad icónica. Pero en realidad el efecto alude a la hiperdramatización argumental cuyo tono sarcástico y esperpéntico acompaña la realización. Se trata entonces de un recurso interventor del contorno singular tipográfico con función simbólica. Las funciones icónicas, simbólicas o evocadoras de las intervenciones singulares del contorno no se definen por la propia naturaleza de la intervención gráfica, sino por la naturaleza expresiva que de ellas se deriva; lo que hemos dado en llamar *función*.

Las cámaras digitales compactas de la serie *IXUS* de Canon se identifican a sí mismas por el logo de su serie (FIG. III.2.4.44), que aparece serigrafiado en el exterior de sus carcasas. El carácter /X/ está intervenido en sus contornos tipográficos singulares mediante la elisión del espacio común al cruce de las astas que conforman el glifo. El resultado recuerda a las marcas que aparecen en los oculares de las armas de precisión. El objeto gráfico resultante de la deformación convierte a esa letra en un elemento icónico. Pero la utilización de esa forma en el logo de la serie expresa el alto nivel de precisión del aparato, y por tanto la finalidad expresiva es de carácter simbólico, lo que certifica este juego tipográfico como una intervención de carácter singular con funciones simbólicas.

En el área del casco antiguo de una gran ciudad andaluza, muy frecuentada por público extranjero y forasteros de paso, un establecimiento de comida rápida se anuncia con el siguiente anagrama identificativo comercial (FIG. III.2.4.45). El carácter /ñ/ alude, aprovechando la peculiaridad y autoctonía del glifo en cuestión, a la nacionalidad española. La vírgula presenta una intervención tipográfica de carácter singular y función simbólica. Tanto más singular en tanto



FIG. III.2.4.43



FIG. III.2.4.44



FIG. III.2.4.45



FIG. III.2.4.46



FIG. III.2.4.47

que afecta no ya a un solo glifo sino a uno de los elementos constituyentes del mismo. La función simbólica se certifica por la significación del elemento en forma de punta de flecha con el que se remata el extremo derecho de la vírgula, el cual alude a que el acto de la refacción se llevará a cabo fuera de los límites del establecimiento. El violento balanceo del cuerpo filiforme de la vírgula expresa dinamicidad y rapidez, cualidades que se desean en un establecimiento de este tipo por parte de un público migratorio en continuo movimiento. La simpatía y sencillez que destila el anagrama se consigue mediante el empleo de una fuente sencilla con una poética gráfica cercana a las letras de una máquina de escribir tradicional. Y también mediante la curvatura de sus extremos puntiagudos, que ablanda sus perfiles y estimula la empatía.

El malestar que en el otoño de 2013 provocó la presentación por parte del gobierno español de la Ley de Seguridad Ciudadana desembocó en reacciones de protesta en el ámbito político y jurídico, tanto nacional como europeo. En una irónica ilustración del dibujante caraqueño Eneko, aparecido en la prensa española ese mismo año (FIG. III.2.4.46), se retrata magistralmente el espíritu del conflicto. Y se hace por medios exclusivamente tipográficos. Un solo carácter /ñ/ aparece en la composición. Como sabemos, un glifo particularmente identificador de la cultura española. Pero la vírgula se ha convertido en la silueta de una porra policial que aparece sostenida en alto por la mano de un agente de la ley que permanece fuera de cuadro. La vírgula, símbolo así de la represión, cae sobre el cuerpo de la /n/, es decir, la /ñ/ se aporrea a sí misma. Y el contrapunzón de la letra está invadido por un puño en alto como símbolo de protesta social. Todo un discurso resuelto enteramente mediante intervenciones tipográficas sin el auxilio de discurso literal alguno, pues un sólo carácter /ñ/ no es constitutivo de un desarrollo a nivel semántico. Se trata entonces en este caso de una intervención tipográfica del contorno singular tipográfico con funciones simbólicas.

Una interesante exposición con el título *El factor grotesco* se celebró en 2013 en la sede del Museo Picasso de Málaga con una colección de obras de diversas épocas y lugares que tenían como denominador común la deformación, lo anecdótico, lo irregular y lo extravagante. En el panel de entrada al museo una composición tipográfica daba cuenta del evento (FIG. III.2.4.47). El tratamiento tipográfico del rótulo expresa perfectamente el contenido de la muestra. A través de numerosas intervenciones en los perfiles tipográficos se consigue un efecto de extrañeza, de irreverencia tipográfica, de malformación. La recursión se orientó a la desarticulación de los contornos reglados de los caracteres alejándolos sutilmente de su gráfica erudita, apareciendo como un conjunto de seres singulares, pequeños cretinos que expresaban a través de la confusa

freedom

FIG. III.2.4.48



FIG. III.2.4.49



FIG. III.2.4.50



FIG. III.2.4.51

irregularidad de su comportamiento tipográfico la esencia del motivo expositivo. Esos pequeños seres tipográficos, que componían el rótulo exhibiendo la vergüenza de sus singulares deformaciones, desfilaban por el muro de entrada al museo como desfilan por los muros de los centros museísticos internacionales los cretinos de un Nonell o las *sabandijas de palacio* de un Velázquez. Espléndidamente resuelto desde lo tipográfico, el rótulo presentaba, a pesar de sus irregularidades, un equilibrio general que amortiguaba el peso de la malformación y liberaba al conjunto de la rémora de la ilegibilidad. Estas deformaciones del contorno tipográfico singular expresaban entonces con maestría, y desde un plano simbólico, el contenido de la muestra expositiva.

En el rótulo *freedom* (FIG. III.2.4.48) la rotura del último carácter de la composición y su violento desplazamiento independiza visualmente el fragmento, adoptando la apariencia figurativa de un ave alzando el vuelo. A pesar del carácter icónico inicial provocado por la intervención tipográfica, que es por cierto de carácter singular por el modo en que afecta a ese sólo carácter, la lectura semiótica sugiere sentimientos de liberación, de huida, por el hecho constatable de que el fragmento que toma el vuelo formó parte alguna vez del conjunto reglado, que permanece secularmente organizado a ras de suelo. De este modo el concepto de libertad, *freedom*, que se constata en la literalidad del discurso, se expresa gráficamente mediante la recursión tipográfica del contorno singular del carácter /m/ apoyando su significación en una voluntad simbólica, pues la forma del ave no se referencia a tal animal, sino al sentimiento de la libertad.

Reid Miles, un prolífico diseñador estadounidense que revolucionó el tratamiento gráfico de las cubiertas de los discos de vinilo tanto con sus ilustraciones como con sus inteligentes y elocuentes composiciones tipográficas, diseñó en 1964 para el instrumentista de jazz Joe Henderson la cubierta de su trabajo *In 'n out* (FIG. III.2.4.49). Resuelto con un interesante juego interventor tipográfico, la gráfica hace referencia al título del trabajo. Los caracteres primero y último de la secuencia tipográfica intervienen sus contornos para adoptar en uno de sus extremos la forma de una punta de flecha. Hacia abajo en el primer carácter del término *In*, Dentro, señalando así la localización *in situ*, y hacia la derecha en el último carácter del vocablo *Out*, Fuera, en expresión de lo que apunta hacia otro lugar. La fusión del asta derecha del carácter /n/ con el asta izquierda del carácter /u/ situado en la línea inferior, y la del asta derecha de la /u/ con el extremo izquierdo del asta transversal de la /T/ crea un efecto dinámico al sugerir visualmente un recorrido que partiendo de la línea superior del texto acaba en el extremo de flecha apuntando hacia el exterior del conjunto tipográfico. Los usos semióticos de las puntas de flecha aluden simbólicamente a los conceptos de Dentro y Fuera que forman parte esencial del título del trabajo discográfico.

La firma *Urban*, de soportes tridimensionales para integrar publicidad contratada en los espacios urbanos (FIG. III.2.4.50), presenta en su logotipo un juego tipográfico que expresa eficazmente las intenciones de la firma, que son además los deseos de sus clientes potenciales. Las intervenciones tipográficas del logo se producen sobre los contornos de los glifos con carácter singular, afectando a cada uno de ellos según un objetivo común pero ejerciendo sobre cada uno de ellos una acción deformante individual. Las letras del logo aparecen con un efecto de extrusión, que alude a la tridimensionalidad de los soportes que manufactura la firma. La diversidad de los cuerpos tipográficos apunta hacia la diversidad de la apariencia del mobiliario urbano que fabrican. Y el efecto perspectivo producido por la deformación ejercida sobre los contornos de los glifos expresa la multidireccionalidad de la influencia que, sobre el público consumidor, ejercerán los carteles adheridos al mobiliario urbano, así como también su carácter ubicuo. Son entonces estos últimos supuestos, la diversidad del mobiliario, la influencia multidireccional y el concepto de ubicuidad, los componentes simbólicos que justifican la inclusión de este logo en el apartado que analizamos aquí. La alusión a la tridimensionalidad del mobiliario urbano mediante el efecto de extrusión de las letras se enmarcaría en el ámbito de los recursos de función icónica.

En la ilustración tipográfica *Market/State* (FIG. III.2.4.51) una parte del texto se sobrimprime sobre un objeto icónico mientras que la mitad restante sufre en el último de sus caracteres un efecto de desvanecimiento. El texto sobre la goma de borrar está dispuesto de tal modo que alude con carácter icónico a las marcas serigrafiadas sobre este tipo de gomas borradoras, y de este modo traslada la función eliminadora a la idea del *Maket*, Mercado. Por otro lado el efecto de desvanecimiento del carácter /E/ en el segundo texto se produce de tal modo que parece haber sido el resultado de la acción del objeto borrador. De esta manera el concepto de *State*, Estado, corre el riesgo de ser dañado e incluso eliminado por la acción destructiva del Mercado. Como vemos se trata de una proclama contra las sociedades del capitalismo y del consumismo advirtiendo de los peligros derivados de sus propios mecanismos de organización. La intervención del contorno del carácter es de tipo singular, afectando sólo a uno de los caracteres del conjunto. La apariencia de borrado en el carácter afectado, así como la apariencia de marca comercial del texto sobre la superficie de la goma de borrar son en principio acciones recursivas de funciones icónicas. Pero la lectura semiótica que se deriva a partir de esa escenografía es simbólica en tanto alude a un hecho que se sitúa en una dimensión absolutamente diferente a las acciones que se escenifican.

INTERVENCIONES DEL CONTORNO SINGULAR CON FUNCIÓN EVOCADORA

Las intervenciones tipográficas del contorno de la letra, afectadas de modo singular, pueden a veces fundamentar su potencial semiótico en la función evocadora de dicha intervención. Entenderemos como función evocadora la naturaleza de la función expresiva cuando proviene de una alteración de la forma tipográfica que no es de carácter icónico ni simbólico, sino que depende de la capacidad sugerente de los recursos deformantes aplicados sobre ella. Esas deformaciones no se apoyan en referentes reconocibles, icónicos, ni aluden a expresiones culturales, simbólicas. Suponen una serie de intervenciones gráficas que se fundamentan en las cualidades expresivas de la forma considera en abstracto.

El London Design Festival encargó en 2011 su identidad visual (FIG. III.2.4.52) a la agencia Pentagrama, que se inspiró en el concepto de *Diseño desde todos los ángulos* para su elaboración. La frase sugiere en su literalidad una multiplicidad de puntos de vista, metáfora de su diversidad. Esa multiplicidad de puntos se expresa gráficamente mediante la recreación de diferentes planos de proyección que, en un medio como el de la gráfica esencialmente plano, recurre a la figuración de una deformación perspectiva del texto. El logo del evento se aplicó a una extensa variedad de soportes; camisetas, bolsas, pinks, folletos, editorial, cartelería, etc. En algunos casos el propio soporte actuó como elemento semiótico, como en las aplicaciones a gran escala en el interior de espacios edilicios, proyectando el logo sobre planos múltiples. Las superficies que soportan el texto identitario se transfiguran así propiamente como recurso interventor con funciones semióticas. En la imagen (FIG. III.2.4.53) vemos un fragmento del texto, impreso sobre una superficie maleable, que ha sufrido un plegado cuyas aristas coinciden con las líneas de separación de los diferentes planos ficticios que se sugieren en la perspectiva del gráfico. De nuevo aquí se está jugando con la propia superficie del soporte como un recurso semiótico integrado en el proyecto estratégico de comunicación de la identidad del evento. Tanto la participación del soporte como la gráfica deconstructiva que altera los contornos singulares del conjunto tipográfico son agentes recursivos que imprimen expresividad al texto a partir de las asbtracciones a las que lo someten.

En el texto *I love you/I hate you*, Te amo/Te odio (FIG. III.2.4.54), los contornos tipográficos de la segunda mitad de la sentencia han sido dramáticamente alterados en su singularidad. El texto de la primera mitad de la frase también ha sufrido una alteración de sus contornos, de tal modo que la mitad inferior ha sido eliminada. La eliminación se debe a una superposición del texto de la segunda mitad de la sentencia, y tiene el valor semiótico de sugerir un espacio

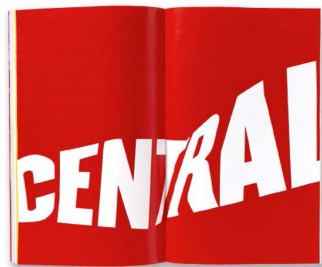


FIG. III.2.4.52



FIG. III.2.4.53



FIG. III.2.4.54



FIG. III.2.4.55

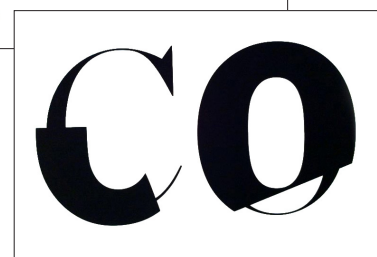


FIG. III.2.4.56

«se ruega no tocar las obras»

temporal entre y una otra mitad del texto al final del cual los sentimientos definitivos de orden negativo se superponen al bucólico sentimiento inicial. La deconstrucción de contornos del texto de la zona inferior simula haber sido provocada por el plegado aleatorio e indiscriminado de una hoja de papel. Sin embargo esto no hace intervenir al soporte como elemento de participación semiótica toda vez que el artefinal está resuelto fotográficamente y, por tanto, el auténtico soporte del artefinal es plano. El papel arrugado es entonces, en puridad, una mera ficción. La violenta deconstrucción de los tipos permite, con cierta dificultad, la legibilidad precisamente porque la fuente elegida es de articulación geométrica simple y bien reconocible, lo que permite su lectura más allá de su extrema deformación.

Con el título *Exquisite Corpses*, Cadáveres Exquisitos, el Museo de Arte Moderno de Nueva York, MoMA, celebró en 2012 una exposición con dibujos basados en la técnica surrealista del encuentro aleatorio y el resultado fortuito. El tratamiento gráfico del título de la exposición aludía sin ambages a los contenidos expositivos (FIG. III.2.4.55). A partir de la fusión caprichosa de dos fuentes tipográficas bien diferentes, una grotesca de potente peso visual y una elegante romana clásica, se produce un extrañamiento que aún así deviene en encuentro que expresa con total claridad la aleatoriedad y la sorpresa. El resultado nos remite a la conocida frase de Isidore Lucien, Conde de Lautréamont, con la que define la irracionalidad surrealista: *bello como el encuentro fortuito, sobre una mesa de disección, de una máquina de coser y un paraguas*. La intervención deconstruye los contornos singulares de los glifos interviniéndolos con una función semiótica de tipo evocador, pues ni lo icónico ni lo simbólico aparecen, siendo el potencial de sugerencia de los recursos aplicados a la letra los que la invisten del carácter de extrañeza y extravagancia que transmite el texto.

En el folleto con los planos de situación del museo del Louvre de París una de las páginas se acompaña de un ruego al visitante (FIG. III.2.4.56). El texto ha sufrido una intervención de sus contornos tipográficos singulares de tal modo que el nivel de legibilidad ha sido perjudicado. Pero el perjuicio no ha llegado al punto de provocar la absoluta ilegibilidad. Es evidente que el efecto está en relación con el contenido literal de la frase. El resultado es genial pues mediante la intervención gráfica del texto se expresan visualmente los riesgos provocados por la acción incontrolada que se especifica en el texto. Y el lector experimenta anticipadamente, a través del daño en el objeto tipográfico, la incomodidad y el desasosiego que supondrían un daño similar en el objeto artístico. La bondad del diseño no sólo estriba en el recurso en sí sino en la manera en la que éste se aplica, alterando los glifos sólo en aquellos lugares en los que su deterioro no

provoca indeterminación o imposibilidad lectora. A través de esta recursión tipográfica se sugieren situaciones que se expresan mediante el carácter evocador de las alteraciones formales que deconstruyen el conjunto tipográfico.

La sentencia *Less but better*, Menos pero mejor (FIG. III.2.4.57), es una conocida expresión del diseñador alemán Dieter Rams con la que destaca la acción depuradora del buen diseño desde una poética del purismo formal y una estética ligada al funcionalismo. El juego tipográfico es tremendamente expresivo pues intenta traducir gráficamente el mensaje de Dieter con la sola participación de elementos de texto. La intervención tipográfica afecta a los contornos singulares de los glifos, y debe su potencial semiótico al carácter de evocación que se deriva del tipo de deconstrucción ejercida sobre el texto. El hecho de no haber perdido el texto su cualidad de legibilidad a pesar de haber experimentado una reducción premeditada de su armazón articular, pone en paralelo la experiencia gráfica con el discurso literal. La reducción arquitectónica de los glifos no se produce además con un tono de deconstrucción violenta, síntoma de un daño fortuito, como sucedía en el caso del texto de los planos del Louvre, sino que elimina fragmentos de astas tipográficas cuyos extremos coinciden con los hitos articulares de las letras afectadas, esto es, es una sustracción premeditada, ordenada y no violenta. Lo que implica una voluntad reductora de directriz intelectual que, de nuevo, está en consonancia con la voluntad reductora que apologiza la frase de Rams.

En este diseño de cubierta para un disco de vinilo del diseñador Reid Miles para un trabajo del organista de jazz estadounidense Larry Young titulado *Unity*, Unidad (FIG. III.2.4.58), el texto titular presenta varias intervenciones tipográficas. La principal que nos ocupa en este apartado es la que interviene los contornos singulares de los glifos con función expresiva evocadora. Para expresar el carácter de lo unitario, de lo que acerca y fusiona elementos antes independientes, algunos caracteres del conjunto se han prolongado para provocar fusiones con caracteres contiguos. Así, el asta vertical izquierda del glifo /N/ se prolonga hacia abajo hasta encontrarse con el extremo derecho del transversal de la /T/, que a su vez se prolonga a la derecha hasta encontrar el extremo superior del asta descendente de la /Y/, provocando todo ello el enlace de las tres letras. La fusión expresa, en este contexto, el carácter de lo unitario. Por otro lado el carácter /U/ adopta la apariencia de un espacio contenedor mediante el acto de inclusión de unos elementos circulares que desde algún lugar fuera del marco de la composición caen hacia el interior de su contrapunzón, que actúa a modo de recipiente con capacidad para reunir, congregándolos, aquellos elementos circulares. Este último recurso tipográfico citado se enmarca

en el apartado de los recursos de inclusión. Por otro lado el texto Unity se ha dividido en dos secciones, reubicadas en dos líneas con un espacio de interlineado muy reducido que insiste en la expresión de lo unitario por lo cercano. Se trataría entonces de un recurso tipográfico de los del tipo de configuración de la fuente en modo no ortodoxo. En cuanto a la división del texto en dos secciones disponiendo los caracteres en líneas consecutivas se trataría de un recurso de intervención tipográfica del tipo de reubicación, que analizaremos en otro capítulo más adelante.

La artista alemana Antje Schiffrers presentó en otoño de 2014 su último trabajo titulado *Las bienvenidas están en todas partes* en el Centro Andaluz de Arte Contemporáneo, CAAC, en Sevilla. En una de las secciones titulada *Soy agricultor y me gustaría seguir siéndolo*, la artista dignifica los perfiles de lo rural, no como paisaje contemplativo desde la mirada pasiva de un urbanita, sino como espacio real de convivencia y marco formativo de las singularidades que lo habitan. En el texto de vinilo adherido al muro de entrada a aquella sección (FIG. III.2.4.59), la tipografía experimentaba una transfiguración de sus contornos singulares que la acercaba semióticamente a los contenidos de la sección. A partir de una deconstrucción de los perfiles de los glifos, de ritmo irregular y carácter aleatorio, se daba cuenta de la poética agreste y rural que inspiraba la muestra. La intervención se justificaba doblemente, no sólo por ser expresión de los contenidos expositivos, sino por el hecho de que literalmente la frase, al estar expresada en primera persona y ser la voz de un sujeto agricultor, transmitía gráficamente la rusticidad del personaje a través de esas mismas intervenciones de deconstrucción del contorno tipográfico.

En el título *Houdini* (FIG. III.2.4.60) se expresa mediante la función evocadora de la gráfica utilizada las habilidades del húngaro. Houdini fue un mago del ilusionismo y del escapismo cuyas actuaciones obtuvieron enorme predicamento desde finales del siglo XIX hasta su desdichada muerte en 1926. Las intervenciones tipográficas principales, de carácter singular, se centran principalmente en el trío de caracteres /H,O,U/ y con menor calado expresivo en la pareja /N,I/. El contorno tipográfico del carácter /O/ se fusiona con las astas izquierdas de los dos glifos contiguos en alusión a las sólidas y legendarias ataduras de las que el mago escapista salía siempre victorioso. De igual modo sucede con la prolongación y cambio de dirección del asta derecha del carácter /N/ que en su encuentro con el carácter /I/ confina a éste provocando su redimensión. Hay que decir que, de acuerdo a la máxima del diseño que declara que *menos es más*, el potencial expresivo de la primera intervención hace ciertamente innecesaria la participación de la segunda. La solidez del vínculo intercarácter provocado por la intervención se acentúa por la texturación del conjunto de los glifos, que simulan estar recortados en una gruesa



FIG. III.2.4.57

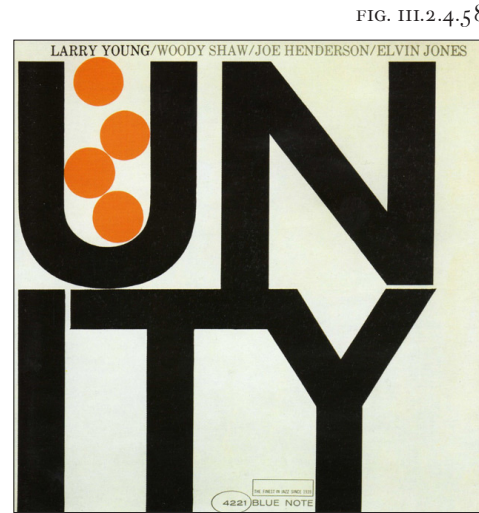


FIG. III.2.4.58

FIG. III.2.4.59

Soy agricultor
y me gustaría seguir siéndolo



FIG. III.2.4.60

Soy agricultor
guir siéndolo

FIG. III.2.4.61



FIG. III.2.4.62

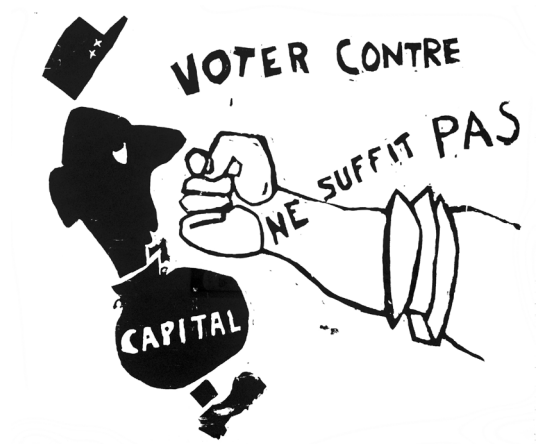


lámina de metal remachado. Los remates en forma de uña en los extremos de algunas de las astas pueden hacer referencia a los dispositivos de cierre empleados por Houdini en sus espectáculos.

En estos detalles de la obra del artista francés Jacques Villeglé titulada *Les Triplés de Maillot* (FIG. III.2.4.61) resuelto con la poética del *decollage* tan afín a las obras del autor, parece estar presente todavía el discurso nihilista que emparenta estas piezas de Villeglé con el tono existencialista de algunos pasajes de *La Náusea* del también francés Jean-Paul Sartre, a pesar de los veinte años que separan a la una de la otra⁹. Los dramáticos desgarros de los perfiles de los elementos tipográficos con los que se compone la obra son también paralelos a la violenta gestualidad de las obras coetáneas de algunos informalistas europeos, como Antoni Tàpies, Hans Hartung, Antonio Saura o Alberto Greco, este último también afín a los decollages tipográficos; o al Expresionismo Abstracto norteamericano de Franz Kline, Robert Motherwell o José Guerrero. En el ámbito de la gráfica de difusión mediática, la poética de los elementos tipográficos de Villeglé es equivalente a los usos tipográficos coetáneos en la producción cartelería del diseñador gráfico estadounidense Saul Bass. Estas intervenciones de los contornos singulares tipográficos, provocadas por efecto de la técnica del *decollage*, se conforman a modo de abstracciones que *evocan* el sentimiento de ruptura y de desolación que emparentan ésta y otras piezas de Jacques Villeglé con las expresiones artísticas y la producción gráfica industrial de su tiempo.

Una decena de años posterior a la pieza de Villeglé es este afiche francés enmarcado en las turbulentas confrontaciones del Mayo del 68 francés titulado *Voter contre ne suffit pas*, Votar en contra no es suficiente (FIG. III.2.4.62). Los contornos tipográficos del texto que da título al cartel están intervenidos de modo singular y su deconstrucción tiene una carga semiótica con función evocadora que expresa el carácter de contraculturalidad, irritación e inconformismo que fueron el marco de la reyerta popular. A la recursión tipográfica del contorno de los caracteres se añaden otras intervenciones que potencian el mensaje en la misma dirección. Los pesos visuales dispares, los diferentes cuerpos tipográficos y la desalineación del texto a partir de la

9 Sartre, en un momento de su novela, se refiere a «fragmentos de carteles [que] se adhieren aún a las tablas [...] En otro jirón todavía puede descifrarse la palabra “depurador” en caracteres blancos de los que caen gotas rojas, quizás gotas de sangre [...] Ahora el cartel está roto, los lazos simples y deliberados que los unían desaparecieron, pero se ha establecido espontáneamente otra unidad entre la boca torcida, las gotas de sangre, las letras blancas, la desinencia “dor”; se diría que una pasión criminal e infatigable trata de expresarse mediante estos signos misteriosos». Es casi una alusión directa a los decollages de Rotella, Greco o Villeglé.

SARTRE, Jean-Paul. *La Náusea*. Madrid, 2002. pp.45,46

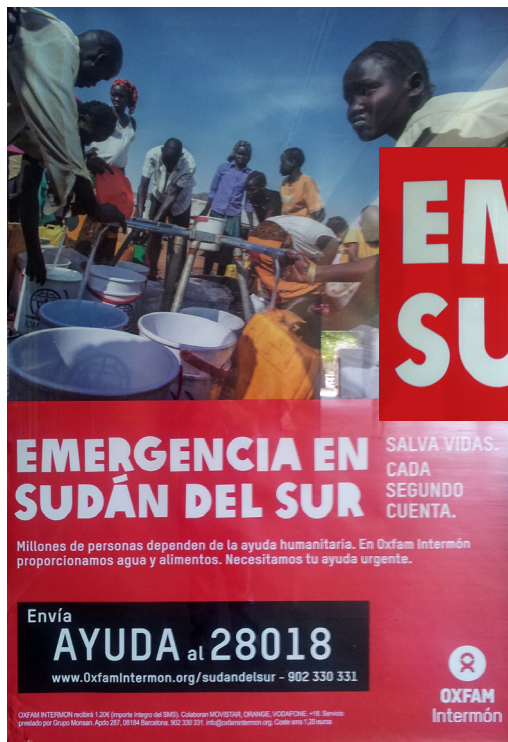


FIG. III.2.4.63



FIG. III.2.4.64



FIG. III.2.4.65

línea de base reglada son efectos que se orientan hacia la rebeldía y el inconformismo popular, representado dicho estatus de lo popular por el puño arremangado que golpea la nariz del capitalismo.

Otra deconstrucción de los contornos singulares de los glifos actúa en el texto principal de este cartel publicitario emitido por *Oxfam*, una confederación internacional de organizaciones nacionales no gubernamentales (FIG. III.2.4.63). En el título se da cuenta literal del estado de emergencia en Sudán del Sur. Para expresar la precariedad del país afectado y el estado de deconstrucción de sus estructuras fundamentales la tipografía se interviene mediante una deconstrucción formal de sus contornos singulares. La situación actual de desequilibrio y daño de esa república centroafricana se transmite a través de la ruptura de los perfiles de los caracteres en el conjunto tipográfico, los cuales han perdido sus contrapunzones interiores, modifican aleatoriamente el cuerpo tipográfico, giran arrítmicamente los ejes de algunos de los glifos y dañan el perfil reglado de sus letras, en un discurso cuya carga semiótica se centra en la evocación del caos y la desestructuración.

Tras su actuación en una producción cinematográfica de 2008, el afamado actor estadounidense Joaquin Phoenix declaró sorpresivamente a la prensa y al mundo que dejaría de actuar y se dedicaría a cultivar su hobby favorito: la música hip-hop. Tras el aviso, que dejó estupefacto a una buena parte de la audiencia cinematográfica mundial, Phoenix comenzó a comportarse públicamente de manera cada vez más extravagante hasta llegar a la propia transfiguración de su imagen. Todo el turbulento recorrido personal desde el abandono de su carrera estelar como actor fue filmado por la cámara del realizador Casey Affleck que montó con todo el disparatado material un documental llamado *I'm still here*, Estoy aquí todavía (FIG. III.2.4.64), cuyo título hacía referencia a la desaparición y esporádicas apariciones del actor en la vida pública. Finalmente todo resultó ser un inteligente montaje registrado en un falso documental que reflexionaba sobre los aspectos mediáticos y personales de las grandes estrellas. Las intervenciones tipográficas del título del documental dañan el texto omitiendo partes del mismo que provocan su casi ilegibilidad. La apariencia semioculta del texto es paralela a la imagen esquiva del actor en su falso documental. Y la función evocadora de la recursión depende de las deformaciones no referenciales que afectan al conjunto tipográfico, infundiéndole el potencial semiótico que lo asocia con el contenido del trabajo documental.

Por último, en este rótulo para la difusión mediática del filme *La Pantera Rosa*, un remake de 2006 dirigido por Shawn Levy (FIG. III.2.4.65) el texto se afecta con la intervención de ciertos

recursos aplicados al contorno tipográfico de modo singular. La tipografía inicial, una romana del tipo clásico con proporciones, modulación y serifs tradicionales, deconstruye su ortodoxia gráfica alterando su apariencia y presentando un aspecto caótico que, merced al tipo de deconstrucción adopta un tono irónico y desenfadado. Las prolongaciones aleatorias y disímiles de los astiles de las letras, la deformación de los remates, los cambios de ritmo en la modulación de algunos glifos como la /L/ y la /N/ y el aspecto saltarín derivado de la reubicación de los puntos de base de los caracteres son, entre otros, los factores que determinan el aspecto jovial y desenfadado del rótulo, muy en línea con la poética del filme.

LIBRO III. ANÁLISIS Y CLASIFICACIÓN DE LA
CASUÍSTICA ESTRATÉGICA DE LA TIPOGRAFÍA

ACTORES DE LA SEMIÓTICA TIPOGRÁFICA
5. ELEMENTOS DE TEXTURACIÓN

LAS INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS que aportan significaciones a la literalidad del texto mediante la texturación pueden actuar sobre él según si el efecto de textura acompaña al texto ya sea de manera interna o externa a él, o bien si es el propio texto el que actúa como textura igualmente en modo interno o externo a los elementos del discurso literal.

En un primer apartado, cuando el efecto de texturación acompañe a la forma tipográfica, lo hará generalmente extendiendo su influencia en el área interna de la propia forma tipográfica, esto es, en el espacio ocupado por la huella de la letra. La apariencia del efecto de texturación podrá ser de carácter figurativo o abstracto. Pero también el patrón de textura afectará en ocasiones a las formas de los glifos desde el espacio colindante externo a esas formas tipográficas, sea cual sea asimismo su condición, bien de figuración o de abstracción.

En un segundo apartado, menos frecuente, encontramos un patrón de textura interventora que se constituye a partir de elementos tipográficos. La acción recursiva de la texturación tipográfica puede originarse en el propio espacio de la huella del glifo o desde el espacio exterior contiguo a los perfiles de dichos glifos. Y en determinados casos será la propia articulación de los caracteres la que originará el efecto de texturación, bien sea a partir de la propia arquitectura de los glifos o mediante la reordenación sintáctica que éstos presenten.

Por último, en un tercer apartado, una textura constituida por elementos de orden tipográfico podrá originar una apariencia figurativa mediante la disposición de los contornos del espacio de texturación en el que se desarrolle el texto.

La sistematización de la casuística de las intervenciones tipográficas del tipo de texturación con función semiótica se ordena del siguiente modo:

Acción semiótica por intervención de tramas de texturación:

1. Texturaciones, figurativas o abstractas, aplicadas a la tipografía
 - 1.1. En el interior de la huella tipográfica
 - 1.2. En el exterior del contorno tipográfico
2. La tipografía como patrón de texturación
 - 2.1. En el interior de la huella tipográfica
 - 2.2. En el exterior del contorno tipográfico
 - 2.3. La articulación del glifo como expresión de texturación
3. La textura tipográfica como agente figurativo

Al objeto de una comprensión detallada de cada uno de estos apartados analizaremos a continuación diversos ejemplos que pertenecen a cada uno de ellos.

INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS DE TEXTURACIÓN, FIGURATIVA O ABSTRACTA, QUE ACTÚAN EN EL INTERIOR DE LA HUELLA TIPOGRÁFICA

En esta composición realizada con elementos de una póliza tipográfica de metal (FIG. III.2.5.1) los tipos móviles capaces de estampar huella se distribuyen en la *rama*¹ conformando los perfiles de unas formas tipográficas que representan la palabra *Type*, Tipo. El área no imprimible se completa con elementos de metal de *tipografía blanca*². El texto aparece obviamente en orientación especular según un eje de simetría longitudinal, debido al efecto de inversión derivado del propio procedimiento de estampación. La literalidad del discurso remite a la tecnología con la cual se conforma ese texto, la cual genera una acumulación, a modo de textura, con elementos tipográficos en el interior del espacio de sus huellas. La catalogación de este ejemplo como texturación de carácter figurativo en lugar de contemplarlo como un caso de tipografía como patrón de texturación reside en el hecho que el carácter referencial de los elementos que componen la textura apunta a las piezas de metal que componen una póliza tipográfica de tipos móviles, y no a las propias formas de letra que contienen dichos tipos de metal.

1 Se conoce como *rama* al marco metálico que contiene, bien ajustados, todos los elementos de la forma tipográfica que dejará su huella impresa en el pliego, originando la caja de texto.

2 En el ámbito de los procedimientos tradicionales de las artes del libro impreso se llama *tipografía blanca* a todas aquellas piezas de plomo que no dejarán huella impresa. Su contratipo queda por tanto por debajo de la superficie imprimible de un tipo móvil común.

En la antecubierta de la edición del título *1000 diseños con tipografía* de Wilson Harvey (FIG. III.2.5.2) el elemento numeral contenido en el título presenta una intervención tipográfica de tipo textura que afecta al espacio de la huella de los glifos del numeral. Una serie muy nutrida de pequeños elementos circulares se ubican en los puntos de cruce de una retícula ortogonal imaginaria. El resultado es semejante al que vemos en los paneles informativos compuestos por leds en los cuales los contornos tipográficos deben someterse a esa ordenación elemental. El referente a partir del cual se produce la significación es entonces de tipo icónico. Pero el contenido semiótico que se desprende de la intervención de este texto no depende de esa función icónica sino del efecto de multiplicidad por la repetición de elementos en el espacio de la huella del numeral *1000*. En efecto el elevado número de elementos puntuales es un trasunto de la elevada cifra expresada literalmente en el numeral. El referente desde el que se produce la significación es, por tanto, de carácter abstracto, evocativo. La referencialidad icónica a los paneles informativos mediáticos se acentúa por el empleo de un tono de baja intensidad de gris y de alta saturación de color para los elementos puntuales, en contraste con la alta intensidad de gris y desaturación del color de fondo; lo cual apunta hacia la condición lumínica de aquellos tipos de paneles. Por otro lado la referencialidad icónica se enfatiza mediante el empleo del trazo transversal para los caracteres /0/, una estrategia de uso habitual en las situaciones donde la parquedad de las opciones de diseño pueden generar confusión entre el carácter /0/ numeral y el carácter /O/ vocálico. A pesar de lo dicho tenemos que estimar toda esta referencialidad icónica como innecesaria e incluso perturbadora en el sentido que ningún paralelismo entre los paneles mecánicos informativos y el contenido del libro es preceptivo. Dado que el potencial semiótico se centra en la múltiple repetición de elementos puntuales en expresión de la diversidad que se ofrece en la obra editorial, cualquier otra referencia orientada en una dirección distinta transtorna la percepción y puede originar lecturas equívocas o cuando menos imprecisas.

La técnica del *bodoque* consiste en una serie de remaches metálicos en hilera que presentan algunos complementos del hogar de base textil. En el rótulo comercial de este establecimiento especializado en complementos textiles (FIG. III.2.5.3) la intervención tipográfica se produce en forma de pequeñas unidades circulares alineadas, que recorren la arquitectura del bouma de las letras haciéndolas visible. El recurso es de naturaleza icónica por la referencia a las pequeñas unidades metálicas que sugiere la literalidad del rótulo. Se trata de un caso límite de aplicación de una textura al relleno del glifo pues la delgadez de las astas y el buen tamaño de los módulos de textura convierten a ésta en relleno y en contorno tipográfico, simultáneamente. En este

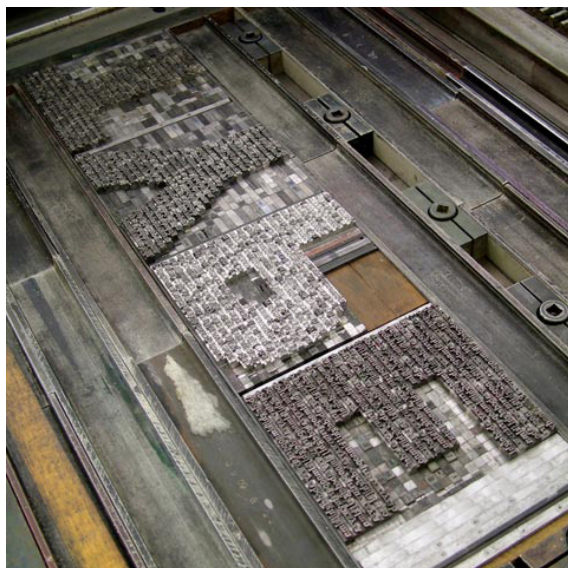


FIG. III.2.5.1



FIG. III.2.5.2

BODOQUES

FIG. III.2.5.3



FIG. III.2.5.4



FIG. III.2.5.5



FIG. III.2.5.6

sentido un caso similar a éste lo tenemos en la expresiva apariencia del logo de una firma de tapicerías (FIG. III.2.5.4). El texto simula estar resuelto con los materiales y el procedimiento técnico que le es propio a la actividad manufacturera del anunciante. También aquí la extrema reducción del ancho de asta del glifo obliga al efecto de texturación a ser simultáneamente relleno y contorno o incluso, quizá más propiamente, a indicar el recorrido de la línea arquitectónica del bouma de las letras.

En este otro ejemplo de texturación tipográfica el efecto de relleno es más evidente (FIG. III.2.5.5). Es un soporte del tipo cartel que forma parte de la campaña promocional de tarifas de verano de una compañía de telecomunicaciones. El objeto de la oferta se expresa literalmente en caracteres alfanuméricos pero la condición estival se transmite gráficamente a través de la texturación que se desarrolla en el interior de éstos. La intervención tipográfica es de carácter de texturación y afecta al espacio interior de la huella tipográfica, pero el espacio exterior al contorno de los glifos está también siendo intervenido por la textura fotográfica del plano cenital de la playa, lo que hace que este ejemplo participe también de una intervención tipográfica de tipo externo al contorno del glifo.

En el rótulo *Crisis* (FIG. III.2.5.6) el espacio interior del glifo toma cuerpo con el concurso de un efecto de textura cuya apariencia gráfica alude, por iconicidad, al típico aspecto de un espacio laberíntico. La condición opresiva de este clase de espacios y la complejidad de su trazado es la condición fundamental para el objetivo lúdico consistente en descubrir el trazado de la ruta que permitirá la liberación. Así, la condición y el objetivo final de un laberinto lo convierten aquí en metáfora de la situación crítica a la que se refiere la literalidad del discurso. Además de la intervención tipográfica textural de carácter interno, otros recursos interventores ejercen su influencia sobre el texto. Los dos elementos de inclusión externa que acompañan al texto, a izquierda y derecha de la composición, marcan los puntos de entrada y salida del confuso espacio interior. El color verde del elemento que alude a la salida es un recurso cromático expresivo de naturaleza convencional por el potencial comunicativo del color verde como signo de liberación. La forma de flecha del elemento externo a la izquierda de la composición es otra forma convencional que sugiere direccionalidad e invita, por su lugar en la composición, al reto laberíntico. Las ubicaciones de la flecha y del punto a izquierda y derecha, respectivamente, de la composición tipográfica sugieren un desplazamiento de avance derivado del sentido izquierda-derecha de la lectura occidental lo que aporta un carácter positivo al discurso tipográfico, un positivismo que se complementa con el color verde del elemento de inclusión circular a la derecha del texto.

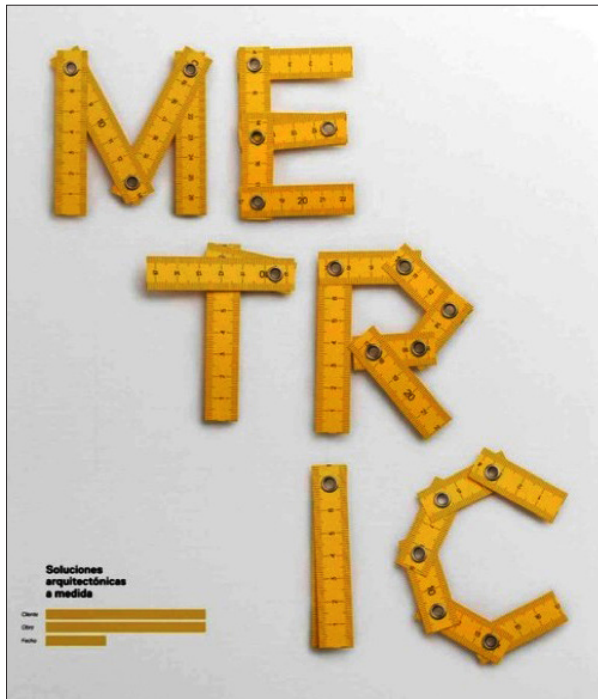


FIG. III.2.5.7

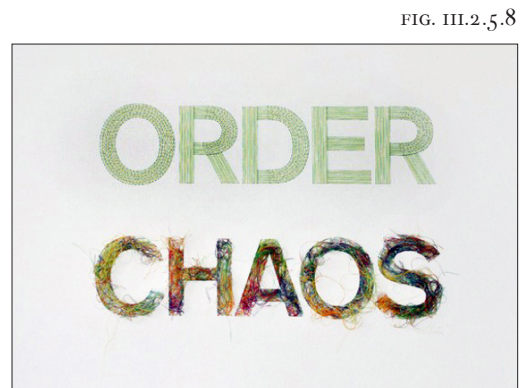


FIG. III.2.5.8

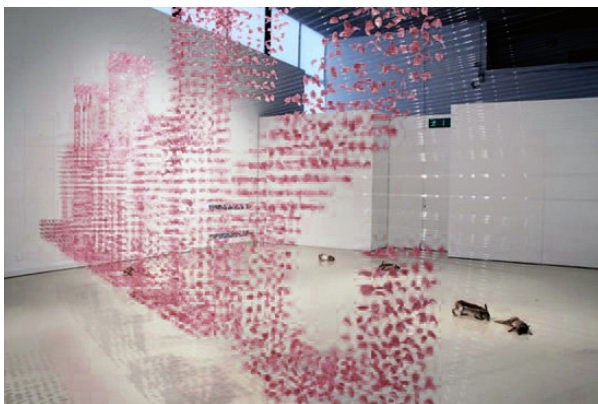


FIG. III.2.5.9

En este diseño de cubierta para un documento relacionado con elementos y procedimientos de medición (FIG. III.2.5.7) el texto titular se enriquece con una textura interior que expresa sin ambages la naturaleza de sus contenidos. La fuerte iconicidad, de carácter fotográfico, de la textura aplicada provoca subsidiariamente una modificación del contorno tipográfico singular de los agentes literales. La elección de unos caracteres de caja alta ayuda, por la severidad de sus geometrías, a la solución formal que exhiben los elementos de texto. Por su apariencia esta composición tipográfica podría estar resuelta volumétricamente, es decir, como objeto escultórico tridimensional. Con idéntica naturaleza manufacturera se resuelve este otro texto *Order/Chaos*, Orden/Caos, que tiene la apariencia de un trabajo de bordado a máquina (FIG. III.2.5.8). La regularidad de la textura en *Order* contrasta con el aspecto deshilachado de *Chaos*. Las franjas del bordado en el primer vocablo se comportan según una articulación ordenada de acuerdo a los contornos de las astas de las letras, provocando un aspecto uniforme y coherente. Sin embargo en el segundo la extrema complejidad provocada por los ritmos aleatorios con que se entrecruzan las largas hebras que componen la textura del texto lo acompañan sobradamente en su significación. Por otro lado el uso del color, inherente aquí a la propia trama de textura, insiste en el carácter semiótico de cada uno de los términos de la composición. En *Order* el color es uniforme y se asimila al tono de fondo sobre el que emergen las letras, armonizando con él. Sin embargo en *Chaos* la extraordinaria diversidad y la arritmia cromática de las hebras se comportan como una maraña que si bien no afecta a la legibilidad del texto expresa con su aspecto deslavazado la literalidad del discurso. Por asociación con las técnicas del bordado por procedimientos industriales mecánicos este segundo rótulo simula la cara del reverso de la manufactura mientras que el rótulo superior se asociaría con la cara del anverso. Y en este sentido se prolonga su potencial semiótico toda vez que aludiría a la cara y la cruz de una misma situación.

En esta instalación museográfica en el espacio interior de un recinto expositivo (FIG. III.2.5.9) un enorme texto onomatopéyico cruza de parte a parte la gran sala. La onomatopeya en cuestión es signo de un susurro que invita al silencio. El enorme cuerpo tipográfico de los caracteres da cuenta de la magnitud de la instancia; y la fuente elegida, una romana clásica de proporciones regladas, expresa el tono formal con el que se manifiesta el requerimiento. Las letras son visibles gracias a la textura que las conforman, un elevado número de pétalos de rosa ensartados en una profusa trama de delgados hilos de nylon tensados en el espacio de la sala. La sensación es de una exquisita ingravidez y liviandad. Junto al rótulo duermen plácidamente, en el suelo, unos pequeños animales domésticos. El recurso interventor fundamental y que aporta la mayor carga

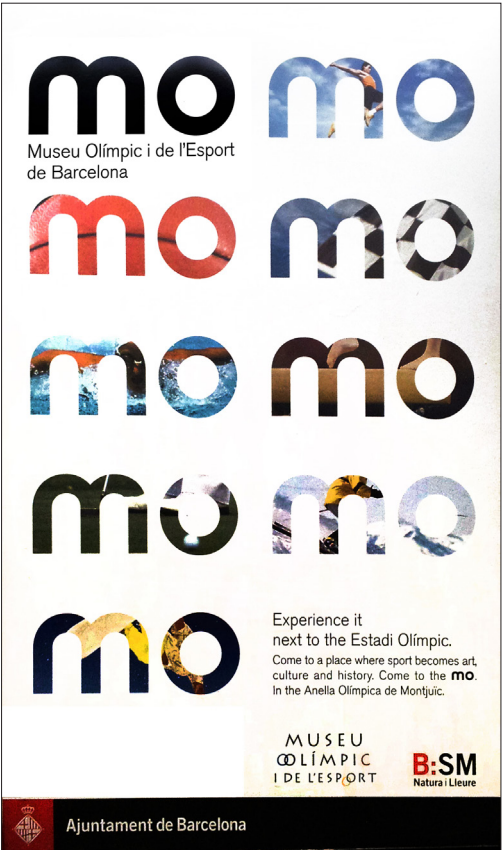


FIG. III.2.5.I O

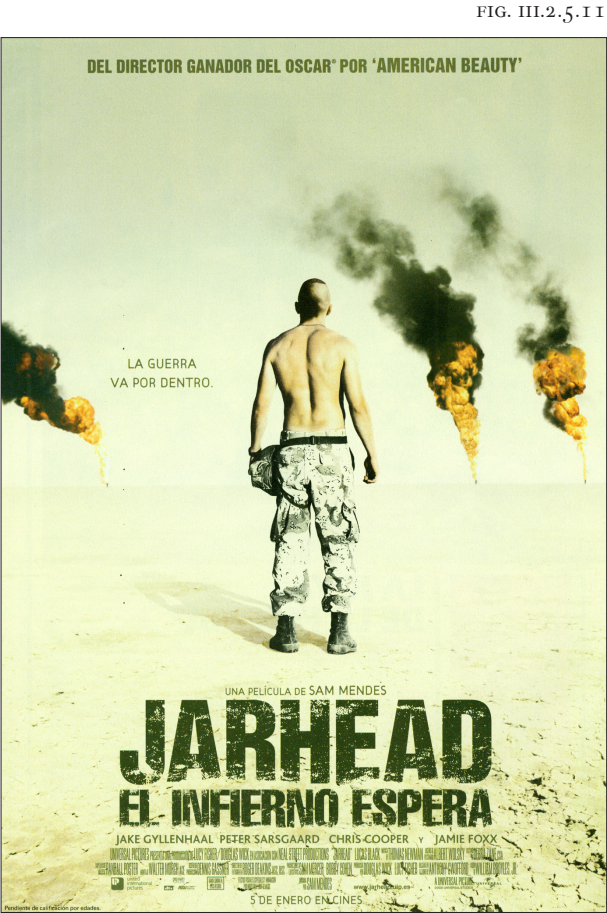
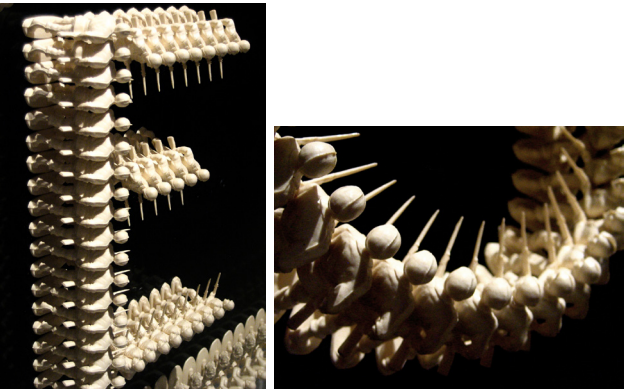


FIG. III.2.5.I I



FIG. III.2.5.I 2



semiótica al conjunto tipográfico de esta instalación es en efecto la texturación de carácter interno, en el interior del espacio del glifo delimitado por sus propios contornos. Pero también interesan aquí tanto la elección de la fuente como el imponente cuerpo tipográfico, así como la disposición espacial del texto, su cualidad de transparencia derivada de la naturaleza de la trama de relleno, y los elementos animales que acompañan a los elementos tipográficos.

En este soporte publicitario de la campaña de 2013 para el *Museu Olímpic i de l'Esport* de Barcelona (FIG. III.2.5.10) los caracteres/m,o/ que conforman el anagrama de la institución reflejan en su interior los contenidos temáticos de su actividad museográfica. Es una intervención tipográfica del tipo de texturación que interesa al espacio interior de la huella de los glifos. Para posibilitar el efecto el grosor de las astas proporciona el área suficiente para el reconocimiento de las escenas que se desarrollan en su interior. Los caracteres de caja baja son expresión de una voluntad de cercanía, complicidad y sencillez. Y la articulación de la arquitectura de los glifos, con su profusión de rasgos curvos, ablanda la silueta de aquellos y les infunde un tono distendido y amable. El efecto colorista y diverso que se consigue por la multiplicidad de escenas en el interior de los glifos apunta hacia la multiplicidad de los eventos de carácter deportivo que se contemplan en la muestra, así como a la vitalidad de su carácter.

El cartel de promoción publicitaria para la película *Jarhead*, una producción estadounidense de 2005 (FIG. III.2.5.11), presenta un texto titular que ha sido intervenido según una serie de recursiones una de las cuales es del tipo de texturación. El espacio interior de la huella del glifo ha sido dañado por acción de una textura cuyo color y aspecto la asimilan a la superficie terrosa que rodea al texto, integrándolo así en el contexto del paisaje que da soporte a la escena representada. La acritud y la desolación de la escena invade así al elemento tipográfico y lo sitúa en el espacio del conflicto bélico que se sugiere en la escenografía. La contextualización física del texto en la escena se expresa también a partir de un segundo recurso interventor, una alteración del contorno singular tipográfico consistente en una mordedura de los perfiles inferiores de los glifos con la cual el texto parece anclarse en la superficie terrosa del paisaje. Por otro lado el texto titular del filme presenta también un aspecto de rudeza, masculinidad y aspereza que es común al perfil narrativo que se desarrolla en la película. Los caracteres de caja alta expresan así, mejor que los de caja baja, los sentimientos de alerta y emergencia que convienen. El efecto de la masculinidad se potencia también por el concurso de la mayúscula, además de por el uso de caracteres de fuerte peso visual y por el empleo de una fuente sin contraste de modulación ni remates, o concesiones al hedonismo de la ornamentación. El carácter rudo y áspero se sugiere

por la propia acción de la textura y por una arquitectura tipográfica de carácter simplista. El espesor estrecho de los caracteres aumenta el efecto de dureza y masculinidad y el relativamente reducido espacio intercarácter proporciona un efecto hermético adecuado a la temática del filme. A ese hermetismo o efecto de bloque apunta asimismo la composición estrictamente rectangular que conforman el texto titular y el subtítulo, en una segunda línea de texto bajo él. El bloque rectangular de título y subtítulo se presenta a modo de podio sobre el que se alza la figura del soldado, del cual el texto intervenido es su responsión.

En la pieza titulada *Justice*, del artista barcelonés Antoni Miralda (FIG. III.2.5.12) la composición tipográfica aparece interpretada mediante unos elementos de patrón de textura cuya naturaleza no se advierte hasta que se observan bien de cerca. El texto, dividido en tres líneas y con una disposición centrada en el marco de composición según un riguroso eje de simetría vertical, presenta una apariencia de rigor protocolario y serena estabilidad. El efecto se acentúa mediante la participación de un marco que lo engloba y le infunde un tono grandilocuente y testimonial, acrecentado por la participación de los cuatro elementos ornamentales de esquina que enaltecen casi ridículamente el texto principal. Más allá del aparente discurso apologético sobre la virtud cardinal, el punto de reflexión crítica y la consecuente disidencia los descubrimos a partir del reconocimiento de los patrones de la textura utilizada en el texto y en el marco de la composición, unos pequeños soldaditos de juguete en actitud de presentar batalla. La virtud de una justicia sostenida a punta de bayoneta. Es en este juego para desvelar la naturaleza de la esencia fundamental que sostiene el edificio virtuoso de lo social donde reside el efecto que da significación a la pieza. Y esa significación se construye por medio del recurso de intervención de la forma tipográfica, que sustituye las formas del discurso literal por los elementos de textura, inoculación responsable de la carga semiótica del texto.

No siempre los recursos de intervención tipográfica con finalidad semiótica provienen del ámbito de las acciones profesionales premeditadas, esto es, de equipos técnicos de profesionales del mundo del diseño, la publicidad, la comunicación y el marketing. En este ejemplo de intervención impremeditada del mobiliario urbano (FIG. III.2.5.13) se expresa una acción de protesta popular contra una acción política de proyección europea. Las pegatinas, individualmente consideradas y que por sí solas cumplen su función de contraposicionamiento, han sido adheridas repetidamente al cristal del mueble urbano conformando los perfiles de los caracteres de un rotundo adverbio de negación, convirtiendo así al propio objeto pegatina en el módulo o patrón de un efecto de texturación aplicado a una forma tipográfica, con funciones expresivas.

La reiteración del patrón magnifica en este caso el decidido posicionamiento en contra, amplificando sus significaciones.

INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS DE TEXTURACIÓN, FIGURATIVA O ABSTRACTA, QUE ACTÚAN EN EL EXTERIOR DE LA HUELLA TIPOGRÁFICA

Las texturaciones pueden añadir contenido semiótico a la forma tipográfica, bien insertándose en el espacio de la huella del glifo o bien acompañándolo desde el exterior, influyéndolo desde un área de influencia colindante con sus contornos tipográficos.

Hace ahora aproximadamente dos décadas la disponibilidad de interconexión vía web comenzó a asomarse al panorama español, sólo accesible al principio para grandes compañías e instituciones sociales y muy rápidamente acercándose al usuario común. En ese contexto temporal hay que situar el anuncio de *FreedomLand* en el que se ofrece la interconexión en casa para un usuario web incipiente (FIG. III.2.5.14). La imagen tipográfica es suficientemente elocuente por sí misma. Un carácter *arroba*, glifo que se instituyó desde el principio como símbolo de la navegación en la red virtual, está interpretada a la manera de los tapetes de ganchillo que forman parte del paisaje íntimo de las viviendas populares. La calidez de lo hogareño, fundamentada en el uso de esa textura que recuerda a las labores caseras, se escenifica en este soporte publicitario como signo del uso íntimo y personal que podía hacerse de la red de comunicaciones internet. El contorno tipográfico del glifo *arroba* está siendo intervenido desde el exterior por la acción de una textura cuyos propios contornos contenedores apuntan con una fuerte voluntad de iconicidad a una labor que remite a un ambiente hogareño y de privacidad. Pero la propia huella tipográfica se manifiesta visualmente gracias a esa poética de texturación, que integra el glifo en el objeto escenificado, razón por la cual la intervención tipográfica del tipo textura diversifica la naturaleza de su influencia, desde dentro del propio glifo y desde su espacio circundante. Además el tapete simulado se acompaña de toda una suerte coreográfica en la que diversos objetos se comunican con él escenificando un ambiente doméstico tradicional insistiendo así, aunque de un modo un tanto sobreactuado, en la naturaleza de la oferta tecnológica. Contemplándolo desde la retórica la intervención tipográfica es del tipo *oxímoron*, acercando dos fenómenos hasta entonces considerados extraños entre sí conciliándolos para provocar una sinergia, beneficio que era el objetivo fundamental de esta campaña publicitaria.

En la retórica mediática algunos recursos tipográficos se utilizan a menudo por el potencial comunicativo que de manera convencional se les presume. En incontables soportes promocionales cinematográficos de filmes de suspense y de terror el texto aparece afectado por una especie

de halo direccional que presumiblemente les infunde un aspecto siniestro y perturbador. En estos tres ejemplos (FIG. III.2.5.15) el texto titular queda intervenido por un halo de arrastre unidireccional que, externamente a la propia huella tipográfica, la acompaña inoculándole el sentido de lo terrorífico. El efecto es en cierto modo un trasunto de las intervenciones de movimiento que afectan a los títulos de crédito de determinados filmes, por lo general de suspense, en los cuales los textos en pantalla se acercan sigilosamente al espectador en una suerte de travelling apenas perceptible. El resultado es tan convincente —por lo usual— como poco interesante, precisamente por la misma razón. Sólo en el caso del título del filme *Silent Hill* (FIG. III.2.5.16) el efecto se acompaña de otros recursos interventores como por ejemplo los cambios aleatorios en el cuerpo tipográfico, que alteran sorpresivamente su conducta reglada y actúan por tanto como expresión del caos. O los diferentes pesos visuales que violentan la norma desde los mismos presupuestos para conseguir idénticos resultados. La reubicación de los glifos, que abandonan inopinadamente sus posiciones sobre la línea de base del texto, apuntan hacia las mismas significaciones.

El dúo aragonés de nombre artístico *La Bullonera* tiene entre uno de sus éxitos la canción titulada *Pongo mi voz*. El grupo desarrolla un tipo de canción protesta en la que se insta a alzar la voz para que pueda ser escuchada por aquellos otros que quieran hacerse partícipes de la contraculturalidad que declara. *Pongo mi voz* es también la frase que da título al sitio web que, con una estructura de blog, denuncia determinadas circunstancias sociales susceptibles de una contrarrespuesta comunal³. El diseño del rótulo que encabeza el blog (FIG. III.2.5.17) expresa con acierto las características del sitio. La *voz* ha sido allí declarada en un tono sorpresivo, furtivo, no premeditado, visceral, lo cual se representa gráficamente mediante el efecto gráfico de un trazado caligráfico escrito sobre la superficie arenosa de una playa cualquiera, un espacio abierto, a la vista de todos, una metáfora de la ardiente inmediatez que permite la comunicación vía web. La irregularidad de los contornos tipográficos es un trasunto de la impremeditación del trazado y de la despreocupación por las formalidades que pudieran obscurecer, con su protocolo, la impronta del grito lanzado al viento. Una despreocupación por las formalidades que se traduce gráficamente a través de la deconstrucción de la arquitectura de los glifos, que les aporta un cierto tono sorpresivo y ocasional. El uso masivo de la minúscula infunde en el texto

³ En el momento de escribir este texto el blog está en activo y puede visitarse en <http://pongo-mi-voz.blogspot.com.es> (consultado el 28.7.2015)

un sabor de complicidad, opuesto a la majestuosidad y al protocolo que por lo general manifiestan los caracteres de caja alta. Pero el recurso interventor que interesa en este apartado es doble. Por un lado la textura que rodea los contornos tipográficos, a modo de rebaba arenosa que declara la espontaneidad de la técnica escritora. Y por otro lado la planicie de arena que rodea al conjunto tipográfico y lo sitúa en el contexto que interesa, un espacio abierto de uso común. La contextualización se completa con el elemento acuoso, el frente de una ola que se arrastra en dirección al texto y se dispone a barrerlo, limpiando la superficie escritora y permitiendo, sin rencores, que otras voces nuevas lo sucedan. El conjunto tipográfico es muy acertado y expresa con elocuencia, por la concisión de su discurso literal y por lo oportuno de sus intervenciones tipográficas, el mensaje que interesa.

Por último en este apartado, analizaremos el título del filme *Tron: Legacy*, *Tron: El Legado* (FIG. III.2.5.18), una película de ciencia ficción de 2010 dirigida por Steven Lisberger y que es una secuela de su homónima de 1982. La historia se desarrolla en el interior de un software de juego de una computadora, donde personajes de la vida real se integran con los elementos de ficción interactuando con ellos. El aspecto de neón con el que se resuelven los caracteres del título es paralelo a la estética de la propia película que en su moderna relectura acude a efectos similares a los de su referente de 1982. Pero el efecto de luminosidad se completa mediante la intervención de un halo luminoso que rodea los contornos de la tipografía. Recurso que se constituye como elemento interventor de texturación externo a la huella del glifo. Por otro lado, las formas nostálgicamente futuristas de los perfiles de las letras aluden a la gráfica de los complementos que aparecen en el filme; y en especial el carácter /O/ señala hacia uno de estos complementos en forma de disco que tiene, en el transcurso narrativo, un protagonismo singular.

LA TIPOGRAFÍA COMO PATRÓN DE TEXTURACIÓN EN EL ESPACIO DE LA HUELLA TIPOGRÁFICA

A veces la textura aplicada al conjunto literal con intenciones semióticas puede estar compuesta por patrones tipográficos. La textura de orden tipográfico puede afectar al texto desde dentro o desde fuera del propio glifo, esto es, ocupando el espacio de la huella o actuando sobre el texto externamente a los contornos tipográficos.

En la rotulación tipográfica *Design* (FIG. III.2.5.19) la literalidad del término se acompaña de la acción amplificadora de una texturación de orden tipográfico que se extiende en el interior de los contornos definidos por la huella del glifo. La textura tipográfica se compone de una multiplicidad aleatoria de términos del ámbito del diseño. El mensaje emitido es claro, pues declara



FIG. III.2.5.I3



FIG. III.2.5.I4



FIG. III.2.5.I5



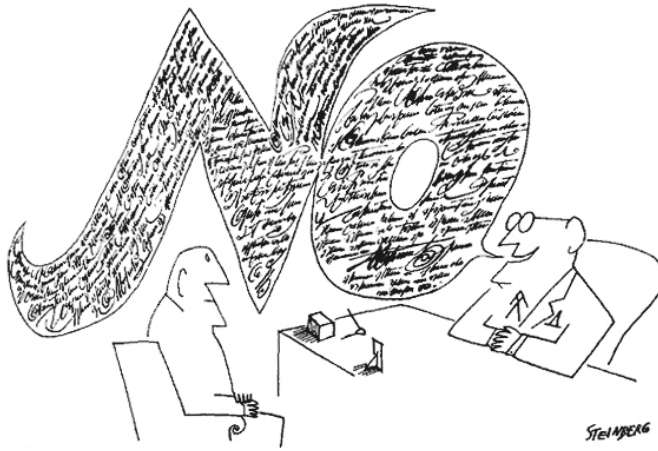
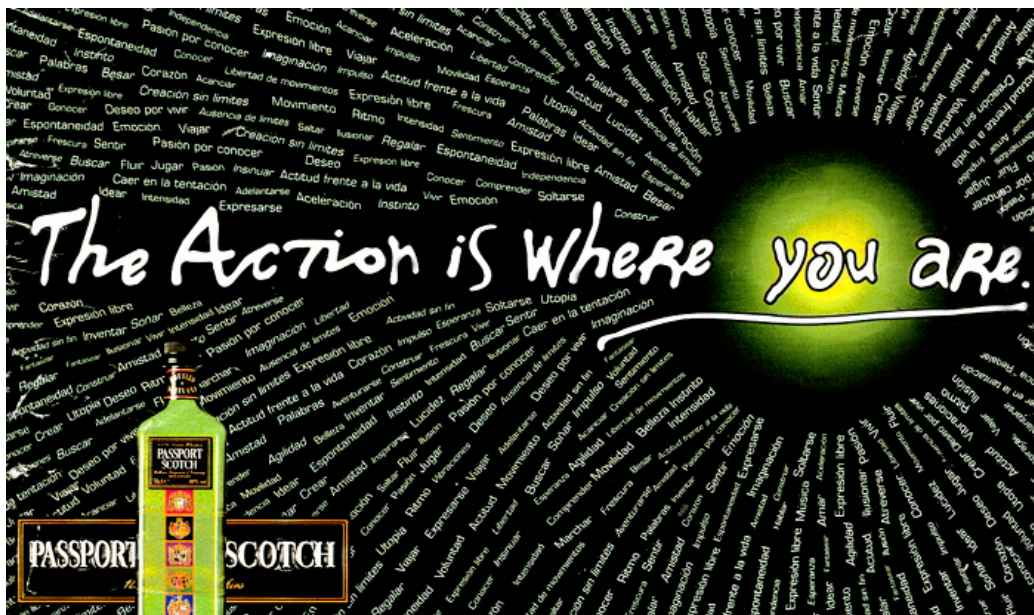


FIG. III.2.5.20



FIG. III.2.5.21

FIG. III.2.5.22



que el ejercicio del *diseño* es el encuentro de las voluntades de todas aquellas circunstancias o habilidades que se enumeran en la textura tipográfica. El uso de caracteres de caja baja declara la amabilidad del ejercicio del diseño y el potente peso visual de sus astas permite la inclusión de los textos que componen la textura, legibles precisamente gracias al generoso cuerpo tipográfico del texto de base.

Saul Steinberg fue un caricaturista e ilustrador estadounidense mayormente conocido por sus trabajos para la publicación *New Yorker*. En esta viñeta humorística (FIG. III.2.5.20) un alto ejecutivo atiende los requerimientos de un empleado subalterno. No conocemos la naturaleza de la petición pero sí percibimos sin ambages el sentido de la respuesta empresarial, un gran *NO* de dimensiones colosales que se dibuja en el aire adoptando la forma del contorno de un bocadillo, un elemento convencional típico del cómic. El discurso que encierran los contornos del bocadillo es ilegible pero sus perfiles caligráficos declaran, a partir de su amable y desenvuelta gestualidad, la elegante displicencia y el cinismo con el que se despliega el largo discurso de respuesta. La amabilidad y el encanto caligráficos están en sintonía con el gesto sonriente del empresario y expresan, en este contexto, la impostura de la disertación. La amable logorrea discursiva, tan ininteligible para nosotros como para el paciente individuo a la izquierda de la composición, dibuja en el aire, sin pronunciarlo, un gran *NO* que en la ilustración se representa gráficamente a través de la línea del contorno del bocadillo. Se trata entonces de un recurso interventor tipográfico del tipo textura que afecta al texto en el espacio de su huella tipográfica.

LA TIPOGRAFÍA COMO PATRÓN DE TEXTURACIÓN EN EL ESPACIO EXTERIOR AL CONTORNO TIPOGRÁFICO

Cuando la textura se construye a partir de elementos tipográficos y actúa sobre el texto principal afectándolo desde el exterior de sus contornos, inculca sus significaciones desde un espacio ajeno pero contiguo al de la forma tipográfica. Esa contigüidad se define según la ubicación de esa textura en una determinada área de influencia que a partir de los contornos tipográficos del texto, le interesen semióticamente. Queremos decir con ello que no todos los elementos de textura, de naturaleza tipográfica o de cualquier otra índole, son susceptibles de interesar al texto principal desde el espacio exterior, pues o bien un relativo alejamiento o bien una determinada articulación de los elementos compositivos que acompañen a ese texto principal pueden desligarlo de aquellos posibles agentes de texturación.

En esta composición tipográfica, probablemente un proyecto de diseño de cubierta para la publicación de una adaptación de la novela titulada *A hell of a woman*, de Jim Thompson

(FIG. III.2.5.2 1), toda la composición presenta en primera instancia la apariencia de un galimatías de recortes de texto amontonados en desorden. Pero a través del ancho de banda de algunos de los recortes, la intensidad del blanco del color de fondo, la medida del cuerpo tipográfico, el uso de la negrita o de la cursiva, etc., se enfatizan ciertos elementos que, encadenados por el orden impuesto por sus respectivas ubicaciones, dan noticia del título, la autoría y demás datos fundamentales de la novela. El resto de los elementos en escena, una amalgama desordenada de recortes tipográficos, actúa como una texturación de función semiótica que acompaña y significa a los elementos de texto principales. El carácter de embrollo policíaco se expresa a través de la desordenada disposición de los elementos, cuyos textos aluden también a circunstancias que se relacionan con el argumento de la novela. Y el ligero efecto de ilegibilidad que se obtiene al primer vistazo, teniendo que descubrir el lector los datos básicos que interesan a la identificación del libro, es un trasunto de la confusa trama argumental a cuyo enredo el lector habrá de entregarse.

En este anuncio publicitario de *Passport Scotch* (FIG. III.2.5.2 2) el texto principal a modo de slogan declara con suficiencia la intención de su proclama. El elemento textual *You*, Tú, está siendo intervenido desde el exterior mediante varios recursos interventores que lo afectan y lo significan. El elemento interventor de naturaleza de textura es obviamente toda la red tipográfica que se despliega al fondo de la composición. El alejamiento de la mayor parte de ese plano de textura con respecto al elemento de texto señalado podría llevar a la conclusión de que sobrepasa su área de influencia. Pero la disposición de los textos en su interior, que se inclinan de acuerdo a una poética de irradiación que tiene su centro en la palabra en cuestión, justifican la textura como elemento de influencia de dicho elemento de texto. Todos los vocablos que conforman la trama de textura son de carácter positivo y por lo tanto afectan al *You* expresando las cualidades de las que podrá disfrutar el sujeto afectado por la acción que se promete a condición de que se cumplan ciertos requisitos previos. Esa requisitoria se expresa también a partir de un elemento interventor tipográfico externo, pero esta vez no del tipo de textura. Enfatizando la expresión literal *You* se despliega una especie de halo que envuelve a ésta y cuyo color es referencial al producto etílico que se anuncia, en clara significación que, en el caso de que irradiemos la esencia de aquella especie de elixir mágico, obviamente tras haberlo ingerido, nos constituiremos en el centro magnético que atraerá todas aquellas circunstancias positivas que se declaran en la textura tipográfica que rodea al texto. Por último un tercer recurso, esta vez tipográfico y de carácter externo, aunque no de textura, infiere significaciones al texto. Bajo

el *You* se extiende una línea de subrayado, un glifo de la tabla de caracteres de una fuente que es propiamente un elemento tipográfico, que con su función diacrítica destaca y magnifica la literalidad del texto al que afecta. Una tercera circunstancia, pues, que intensifica la personalidad del sujeto de la acción que no es otro que el público receptor al que va destinado el mensaje publicitario.

LA ARTICULACIÓN DEL GLIFO COMO EXPRESIÓN DE UN EFECTO DE TEXTURACIÓN

En ocasiones es la propia conformación de la estructura que articula el glifo la que señala, mediante la participación del resto de glifos del conjunto tipográfico, hacia la presencia de un efecto de texturación. Mientras que en otras ocasiones es la reordenación de los elementos tipográficos en el marco compositivo la que genera el patrón de textura.

La artista Tania Mouraud es uno de los nombres destacados de la escena artística contemporánea francesa. Una de sus piezas pertenecientes a la serie *Wall Paintings* titulada WYSIWYG, *What you see is what you get*⁴, Lo que ves es lo que obtienes (FIG. III.2.5.23), del año 1989, parafrasea una sentencia del ámbito de la imagen digital. En esta obra mural de dimensiones considerables la arquitectura de la fuente violenta su bouma natural y se somete a la acción reguladora de una severa red articular que la desnaturaliza dificultando su percepción. La dificultad de su lectura va en paralelo con el efecto laberíntico que presenta. Del mismo modo sucede con esta otra pieza de la artista, del año 2011, titulada *I haven't seen a butterfly here*, No he visto una mariposa aquí (FIG. III.2.5.24), donde el violento apartamiento del bouma de reconocimiento de los glifos desorienta la recepción de los contenidos literales. La obra de Tania Mouraud se enmarca en el ámbito del *site specific art*, obras de arte concebidas específicamente para el lugar en el que se muestran, tal como ocurre en esta otra pieza, permanente, de la artista francesa impresa sobre lona y adaptada a un muro medianero, titulada *HYSC?* (FIG. III.2.5.25) o en esta otra titulada MPP, de 2014, en la fachada del museo MAC/VAL en Val-de-Marne, un departamento territorial francés próximo a París (FIG. III.2.5.26), como elemento anunciador de su exposición *Ad nauseam*.

En la pieza *Love rising / Black-and-White love wall (for Martin Luther King)*, Amor en alza / Muro de amor Blanco y Negro (a Martin Luther King) (FIG. III.2.5.27), del artista del pop art estadounidense Robert Indiana, se utiliza como patrón de textura una obra anterior de

4 Con la siglas WYSIWYG, *What you see is what you get*, se hace referencia en el ámbito de la informática a una tecnología que permitió las interfaces intuitivas del software digital.

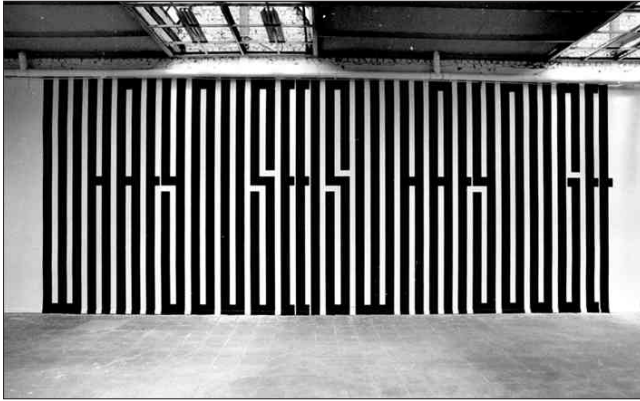


FIG. III.2.5.23



FIG. III.2.5.24



FIG. III.2.5.25



FIG. III.2.5.26



FIG. III.2.5.27

FIG. III.2.5.28



FIG. III.2.5.29



FIG. III.2.5.30

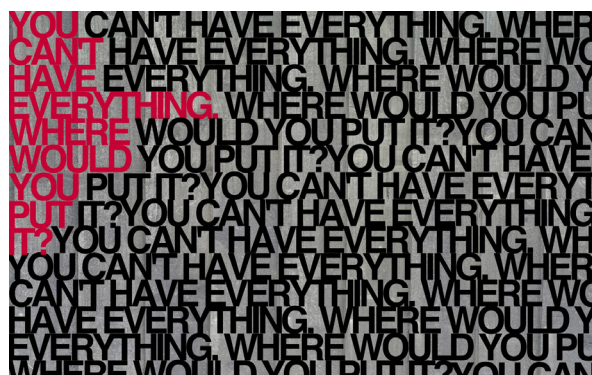


FIG. III.2.5.3 I



FIG. III.2.5.3 2

Indiana para construir con ella una breve trama de texturación tipográfica. La repetición, el giro y el volteo del patrón tipográfico fundamental son los recursos a partir de los cuales el artista se versiona a sí mismo en esta obra dedicada a la memoria del activista afroamericano asesinado en abril de 1968, el mismo año en el que Robert Indiana ejecuta su obra. Parafraseando al *Love* de Robert Indiana, el artista conceptual sudafricano Kendell Geers elabora su *Fuck*, y a imagen y semejanza del estadounidense la reelabora como textura tipográfica, tal como pudimos verla en 2010 en el vestíbulo de entrada del museo de arte contemporáneo de Salamanca Domus Artium 2002, DA2 (FIG. III.2.5.28), o en algunas de sus piezas más emblemáticas (FIG. III.2.5.29) en las que aplica su texturación a los objetos más diversos. Una curiosa versión castellanizada de las texturas tipográficas de Geers pudimos verla en la Galería ADN de Barcelona en 2011, en una muestra de trabajos del sudafricano titulada *Hellraiser* (FIG. III.2.5.30).

En este trabajo tipográfico titulado *You can't have everything. Where would you put it?*, No lo puedes tener todo. ¿Dónde lo pondrías? (FIG. III.2.5.31). El texto que da nombre a la pieza se repite continuamente por todo el espacio compositivo creando una apretada textura que elimina los espacios vacíos, en alusión a la literalidad del título. La apretada configuración del track, reduciendo los espacios entre caracteres, y la drástica eliminación del espacio de interlínea sugieren visualmente el concepto de la falta de espacio, en alusión a la literalidad del discurso. El uso de caracteres de caja alta es preceptivo, pues un ajuste de los glifos en un espacio definido por sólo dos pautas principales asegura, junto a un interlineado negativo, la ocupación tipográfica de todo el espacio disponible; lo cual no hubiese sido posible con un texto escrito en caracteres de caja baja.

En el cartel para la exposición titulada *Torso de Belvedere* (FIG. III.2.5.32), un cartel de Javier N. Moragas para una muestra de trabajos artísticos de alumnos de la Escuela de Arte de Sevilla celebrada en mayo de 2010, la gran cantidad de texto que debía incluirse en el marco de la composición sugirió la utilización de las masas tipográficas en orden a su capacidad de generar texturas. Las partes del texto se ordenan según una voluntad de lecturabilidad, organizando jerárquicamente los contenidos en un orden lógico de lectura. Para crear vibraciones entre los diferentes planos del texto se ha recurrido a la utilización de diversos cuerpos tipográficos, espacios de track y de interlineado, y al empleo de dos pesos visuales de la misma fuente, una regular y una negrita. La fuente es una tipo Futura, y los textos están íntegramente escritos en caja alta. Las proporciones clásicas y el perfil solemne de la Futura, especialmente cuando se expresa en caja alta, está en sintonía con los contenidos de la muestra.

En esta tarjeta comercial, un diseño de Valle Teba de Montes para un gabinete de psicoterapia (FIG. III.2.5.33), la imagen gráfica recoge el espíritu de la actividad que representa. El típico diván aparece ingrátido, desprovisto de corporeidad, atravesado por una lluvia de caracteres tipográficos que en forma de banda recorre de parte a parte el marco compositivo. Los métodos de trabajo, que dependen de la fruición del pensamiento expresado a través del uso extenso de la palabra, se expresan en el diseño de la tarjeta a través de una sanadora lluvia tipográfica en expresión de la voluntad dialogante que caracteriza la metodología de este tipo de gabinetes.

LA TEXTURA TIPOGRÁFICA COMO AGENTE FIGURATIVO

Hemos visto en el apartado anterior los casos en los que una textura compuesta por elementos tipográficos influye en el potencial expresivo de un texto, desde el interior de sus formas tipográficas o desde el espacio exterior contiguo a ellas. Asimismo vimos cómo la propia forma del glifo, violentando su bouma, adquiere la apariencia de una textura que puede llamarse con toda propiedad tipográfica, o cómo un texto reubica la posición de sus componentes literales en función de crear el efecto de una texturación. Pero además de ello podemos observar otros casos en los cuales una textura compuesta por elementos de tipografía alude a una forma, generalmente icónica, mediante un efecto de figuración a partir de la distribución de esos elementos tipográficos en el plano de la composición.

En este anuncio publicitario para un perfume de la firma *Zachary* (FIG. III.2.5.34) la textura tipográfica actúa como fondo de un objeto que se intuye por su forma, pero que no está físicamente presente. La forma intuida recorre los contornos de un objeto eludido que presenta la apariencia, fácilmente perceptible por el contexto del anuncio, de un envase de perfume. Tanto más perceptible en tanto que en otro lugar, dentro del propio marco del anuncio, la imagen fotográfica del envase en cuestión se representa en su integridad. La distribución de los elementos tipográficos de la textura se reordenan declarando un espacio central vacío que se referencia al objeto publicitado. Semióticamente la textura tipográfica añade valores al objeto al conformarse por una multiplicidad de términos que en su literalidad aluden a conceptos relacionados con el mundo de la pareja y del bienestar personal. El encuentro multitudinario de estos conceptos, que para subrayar su diversidad se manifiestan mediante una gran variedad de fuentes tipográficas, origina la forma del producto siendo éste entonces la causa que, desde la sombra, provoca la confluencia de los valores que pueden leerse en la trama tipográfica. La percepción del objeto de referencia se produce en este caso mediante una elisión de dicho objeto, percibida por los contornos del marco en el que se desarrolla la textura tipográfica. Algo diametralmente

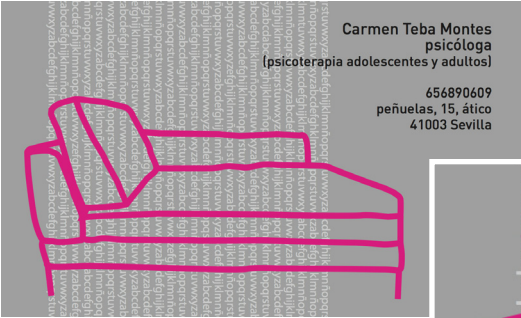


FIG. III.2.5.33



FIG. III.2.5.34

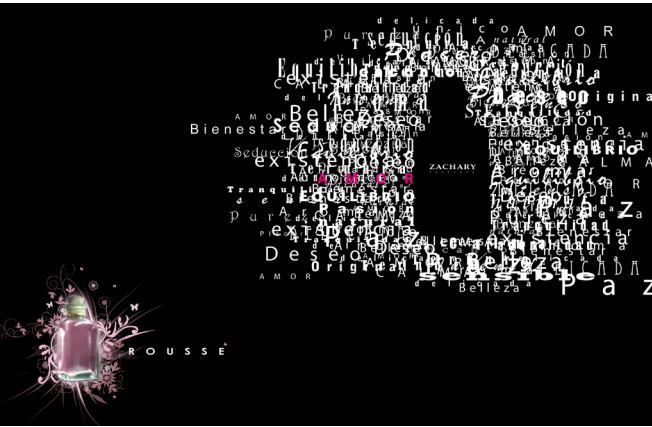


FIG. III.2.5.35



FIG. III.2.5.36



FIG. III.2.5.37



FIG. III.2.5.38



FIG. III.2.5.39

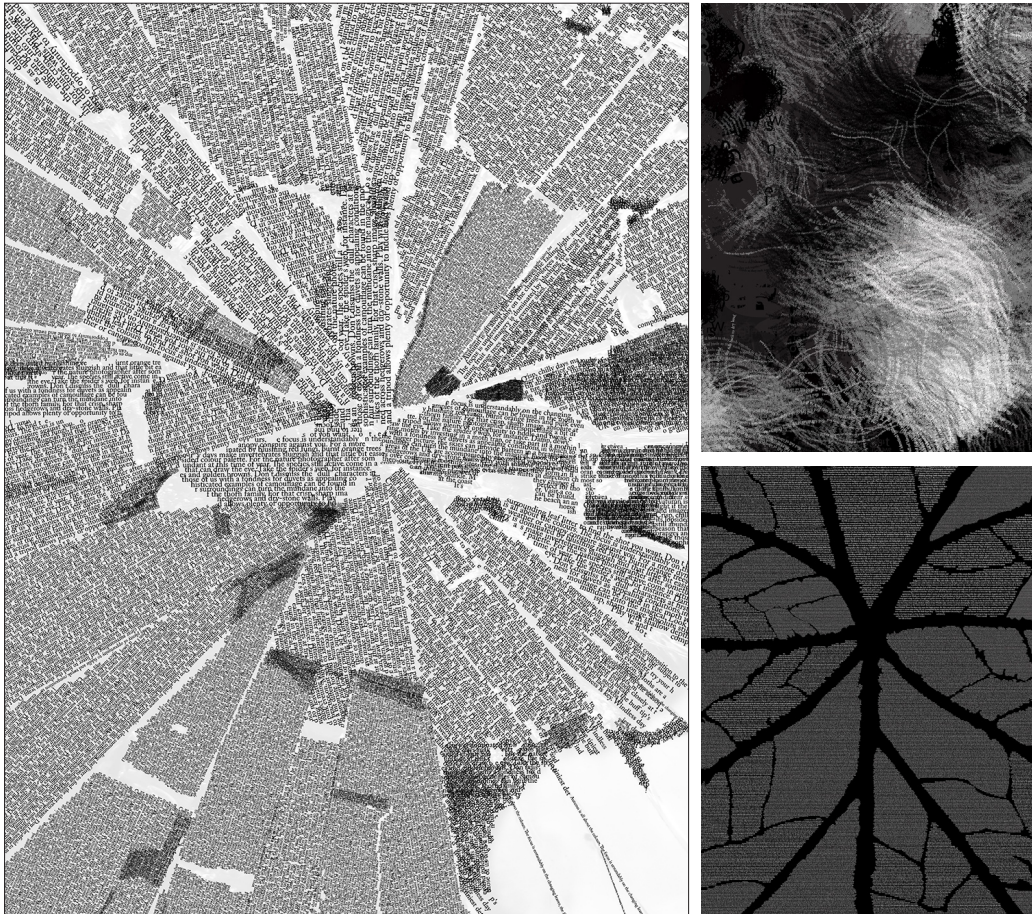


FIG. III.2.5.4 I

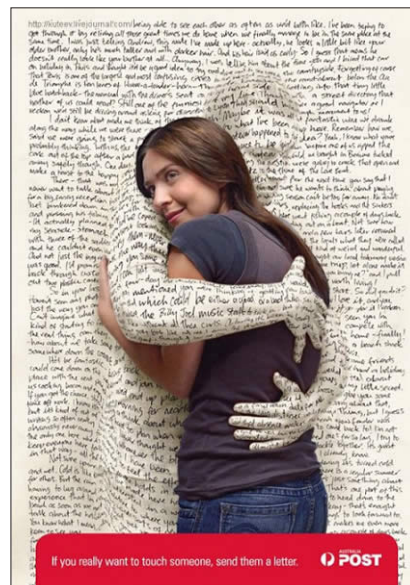
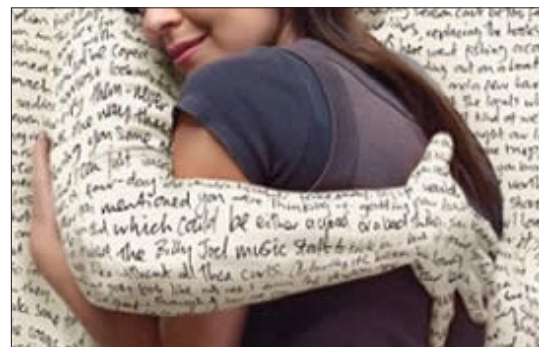


FIG. III.2.5.42



opuesto a lo que sucede en este otro ejemplo (FIG. III.2.5.35) en el cual la referencia al objeto se produce también por los contornos del marco de la textura tipográfica pero actuando ésta desde el espacio interior del objeto al que alude. De nuevo los términos de la textura declaran su vinculación con el objeto al que se referencian y en este caso estos mismos términos, al estar resueltos tridimensionalmente, infunden adicionalmente volumen al objeto en cuestión.

El artista barcelonés Jaume Plensa trabaja a menudo con los elementos tipográficos que en forma de texturaciones constituyen el elemento fundamental de muchas de sus esculturas e instalaciones. Sus cortinas tipográficas (FIG. III.2.5.36) confeccionadas con letras de acero ensartadas en finos cables metálicos son fragmentos de poemas de autores consagrados, poemas móviles que además producen sonidos al ser intervenidas por el usuario. Sus instalaciones y sus esculturas tipográficas permiten al espectador interactuar con la obra, como es el caso de esta figura de ocho metros de altura elaborada a partir de elementos tipográficos, *Nómada* (FIG. III.2.5.37), una especie de guardián en cuclillas que vigila el puerto de Antibes y cuya estructura abierta permite al visitante acceder a su interior. En este caso la propia textura tipográfica se convierte en la forma de referencia cuya presencia completa el mensaje.

En este otro ejemplo, sin más pretensiones que el juego tipográfico icónico alusivo a los contornos continentales y políticos del globo terrestre, los textos señalan literalmente a los diversos estados. Y mediante la disposición de sus elementos tipográficos dibujan los espacios territoriales a los que aluden (FIG. III.2.5.38). Los diferentes cuerpos tipográficos utilizados, las diversas orientaciones de las líneas de base de los textos y las intervenciones de los contornos singulares de los glifos son los principales recursos tipográficos que se están utilizando en esta composición gráfica. En este otro ejercicio tipográfico dedicado a la figura del realizador cinematográfico de origen estadounidense Martin Scorsese (FIG. III.2.5.39) los textos señalan hacia los títulos de su filmografía, que a través de sus diversas orientaciones, cuerpos tipográficos, espesores de glifo, recorridos de la línea de base del texto y deformaciones del contorno global tipográfico, sugieren en conjunto los volúmenes de un arma de fuego, en una posible alusión a la temática de sus realizaciones.

En este trabajo de ilustración de la artista Ursula Hitz (FIG. III.2.5.40) la apretada textura tipográfica está compuesta por un elevado número de términos que describen lugares del territorio urbano de la ciudad de Londres. Cada término se sitúa en el lugar aproximado que por su condición cardinal le corresponde. La apretada trama tipográfica da cuenta de la densidad demográfica y de la complejidad viaria de la capital inglesa. La textura, dividida en dos grandes

mitades que por sus lados contiguos dibujan un perfil sinuoso coincidente, queda separada por una estrecha franja que por sus perfiles curvilíneos alude a los reconocibles meandros del río Támesis a su paso por el casco antiguo de la ciudad. La ilustración se resuelve así, casi por entero, mediante el concurso de una amalgama de elementos de naturaleza tipográfica sólidamente imbricados que tanto por sus alusiones literales como por sus ubicaciones y su apariencia describen la epidermis de la capital inglesa.

El artista ilustrador y diseñador Hyo Hong formula, a partir de un texto en prosa lírica de Amy Lewis titulado *Autumn's textures turn the mundane into the magical*, Las texturas del otoño tornan lo cotidiano en mágico⁵, crea sus propias intervenciones creativas en las que utilizando los contenidos literales del escritor los reinterpreta visualmente expresando la esencia de su prosa mediante la deconstrucción de los bloques de textura tipográfica (FIG. III.2.5.41). Mediante esas disposiciones de los planos de textura Hyo Hong sugiere, icónicamente o mediante composiciones abstractas, el sentido de la prosa lírica de Lewis.

Por último, en este anuncio de prensa de página completa para *Australia Post*, una entidad proveedora de servicios para la intercomunicación de sus usuarios (FIG. III.2.5.42) en la que se escenifica el valor de la calidez de la palabra escrita, una textura tipográfica que ocupa todo el espacio de fondo de la composición cobra vida, volumen y forma humana en el imaginario del receptor de la información. La elección de la fuente, una manuscrita de carácter espontáneo, apunta hacia la condición de escritura personal, íntima. Para insistir en el aspecto personal de la escritura la alineación del texto es en bandera derecha, presentando una justificación irregular al margen derecho del texto que imita el comportamiento de una escritura de carácter epistolar.

5 El trabajo de Hyo Hong a partir de los textos de Amy Lewis puede consultarse en <http://www.studentshow.com/gallery/7866803/Typographic-Texture> (consultado el 28.7.2015)

LIBRO III. ANÁLISIS Y CLASIFICACIÓN DE LA
CASUÍSTICA ESTRATÉGICA DE LA TIPOGRAFÍA

ACTORES DE LA SEMIÓTICA TIPOGRÁFICA
6. INTERVENCIÓN POR REUBICACIÓN

LAS INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS de reubicación se producen cuando los agentes literales del discurso, esto es las propias letras, abandonan sus posiciones connaturales desplazándose a otros puntos de la composición y adquiriendo con ello el texto intervenido unos valores añadidos de significación. Cuando el efecto de reubicación concierne a uno solo de los caracteres o a un número limitado de ellos estimamos que la intervención se produce sobre *elementos puntuales* del conjunto tipográfico. Pero la reubicación puede afectar a una composición tipográfica modificando las posiciones de grandes masas de textos. Cuando esto sucede y el objetivo del reposicionamiento es de naturaleza semiótica hablamos de una intervención tipográfica por reubicación de *conjuntos tipográficos*. Sin embargo la diferencia entre uno y otro modo de intervención no reside en si los glifos reubicados son o no el total del conjunto de los caracteres del texto intervenido. Por ejemplo, una composición tipográfica de pocos caracteres puede presentar reubicaciones de todos sus elementos sin que ello suponga la reubicación de un *conjunto tipográfico*. Para que una reubicación de este tipo se produzca la cantidad de texto afectado por el reposicionamiento debe ser considerable y el efecto de la reubicación reside en realidad en los perfiles de los marcos de composición de los bloques de texto que componen el conjunto tipográfico, y no del efecto producido por el reposicionamiento de los glifos contemplados de modo singular.

La organización de la casuística de las intervenciones por reubicación tipográfica es simple, y quedaría organizada del siguiente modo:

Acción semiótica por intervención de reubicaciones tipográficas:

1. Por modificación de elementos puntuales
2. Por modificación de conjuntos tipográficos

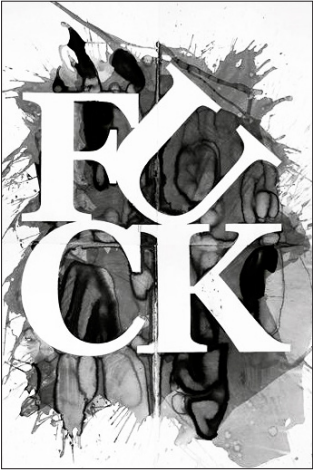


FIG. III.2.6.1



FIG. III.2.6.2



FIG. III.2.6.4



FIG. III.2.6.3



wherever there's a baby

FIG. III.2.6.5

Para comprender cada uno de estos apartados comentaremos varios ejemplos de reubicación tipográfica pertenecientes a cada uno de ellos.

INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS POR REUBICACIÓN DE ELEMENTOS PUNTUALES

Kendell Geers, un artista sudafricano del *conceptual art* que ha sido ya mencionado en apartados anteriores, trabaja con frecuencia con tramas de naturaleza tipográfica creando texturaciones que se proyectan sobre superficies de gran tamaño y sobre toda suerte de objetos diversos. La raíz de sus texturaciones tipográficas está en su célebre *Fuck* (FIG. III.2.6.1), una composición tipográfica con la que este artista conceptual se remite al popular *Love* del estadounidense Robert Indiana (FIG. III.2.6.2). La discreta referencia a una posible acción de naturaleza sexual sugerida en el *Love* de Indiana se torna casi pornográfica en el *Fuck* de Geers. Tanto en la pieza de Indiana de 1965 como en la de Geers de 2005 los elementos tipográficos se reubican para acomodarse a las recogidas proporciones de una superficie cuadrada. El giro del carácter /O/ del estadounidense, idéntico al del carácter /U/ del sudafricano, sugiere la acción pasiva del acto sexual y ambos dejan en evidencia el vástago agresor que justifica sus posiciones, el brazo central del carácter /F/ en *Fuck* y el asta horizontal del carácter /L/ en *Love*. En ambos casos el juego es idéntico pero en la pieza de Kendell Geers la asociación con el miembro viril es mucho más evidente tanto por la posición del brazo central de la /F/ como por la rotundidad de su remate terminal en forma de serif. Del mismo modo la apertura natural superior del glifo /U/ deja en evidencia la redondez de su curvatura inferior asociándola con las partes afectadas del acto que se sugiere. En el caso del *Fuck* de Geers existe por tanto una reubicación de los caracteres que aunque afecte al conjunto no debe contemplarse como una modificación de *conjuntos tipográficos* por las razones expuestas al principio de este capítulo. Y también existe una intervención de la *cardinalidad*, un recurso interventor tipográfico que analizaremos en el capítulo siguiente y que consiste en este caso en la direccionalidad del glifo /U/. Es evidente que todas estas modificaciones son un trasunto equivalente de las mismas modificaciones que Robert Indiana aplicó a su *Love*, pero las tenemos en cuenta aquí porque, aparte de la función referencial por iconicidad de la pieza de Geers a la de Indiana, las funciones semióticas en la pieza conceptual de aquél tienen los mismos valores comunicacionales que la de éste. Es evidente también que para acentuar el valor referencial por iconicidad las piezas de ambos artistas se resuelven con la misma fuente tipográfica, una fuente del tipo Romana actualizada, con un fortísimo peso visual, un eje de modulación vertical, una geometría reductora, espesores equivalentes, y remates de fuerte presencia acabados en corte recto.

Rogelio López Cuenca es un artista malagueño con una obra de marcado carácter societario y objetivos reivindicativos que se expresan con una poética que se nutre de los estilos de la moderna gráfica de difusión mediática, empleando los elementos de ese lenguaje pero personalizando el mensaje. Sus obras intervienen los espacios urbanos y se camuflan camaleónicamente en el entorno hasta el punto que a veces su presencia como obra artística pasa desapercibida, a pesar de que sus contenidos son siempre contundentes. La pieza titulada *Leave all hope spectators, this is a spectacle*, Abandonad toda esperanza espectadores, esto es un espectáculo (FIG. III.2.6.3), hace uso de la poética del apropiacionismo e interviene un elemento típico de la señalética urbana con fines artísticos. A partir de una reubicación de los elementos tipográficos y una deconstrucción de la integridad sintáctica del lenguaje, Rogelio López Cuenca esconde parcialmente su irónico mensaje para que más que ser visto sea encontrado. La pieza es de 1992 y se encargó al artista junto con otras diecinueve para el recinto de la exposición internacional de Sevilla de ese mismo año. El comité artístico encargado de elegir las piezas de los artistas internacionales que habían de vestir con sus obras los espacios externos del recinto expositivo encargaron con gran acierto a Rogelio López la hechura de esta serie, pero los gestores políticos encargados de la organización de la Expo92 de Sevilla la censuraron. La frase hace alusión al *Canto III* del *Infierno* de la *Divina Comedia* de Dante Alighieri, e ironiza sobre los contenidos mediáticos empleando como soporte un mupi de las mismas proporciones, medidas y características que los mupis que se emplearon en los espacios exteriores de la Expo92. Hoy, convertido el antiguo espacio conventual de la Cartuja en sede del Centro Andaluz de Arte Contemporáneo, CAAC, esta obra y otras de la serie se encuentran ubicadas en los puntos que debieron ocupar durante la celebración internacional. La obra es pues, más allá de todo esto, un ejemplo de recursión tipográfica del tipo de reubicaciones de elementos tipográficos puntuales. Junto a la puerta de acceso al Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía de Madrid se encuentra esta otra pieza de López Cuenca, de la misma serie que la realizada para Sevilla, con la versión en francés del mismo texto (FIG. III.2.6.4).

La marca *Chicco* es propiedad de una entidad empresarial italiana especializada en ropa y equipamiento infantil. Su logotipo (FIG. III.2.6.5) está intervenido con un recurso del tipo de la reubicación de los elementos tipográficos puntuales. Los agentes literales, las letras del nombre de marca, saltan alegre y aleatoriamente dando pequeños saltitos por encima de la línea de base del texto en una suerte de referencia a los graciosos movimientos cortos y repetitivos de un bebé. Para evitar el efecto de alineación reglada de los caracteres /h,i/ que efectivamente

están al mismo nivel, el carácter /h/ prolonga caprichosamente una de sus astas por debajo de su punto de base. Además de la recursión por reubicación de los caracteres tipográficos, el glifo /i/ permuta el punto sobre su asta por un círculo de notable diámetro de color rojo y un efecto tridimensional que lo convierte en una especie de esfera, en alusión a las típicas narices de payaso que se asocian con el ambiente lúdico infantil. Por otro lado y a pesar de la seriedad inicial de la arquitectura de la fuente empleada, algunos contornos de los glifos se han curvado suavizando así la silueta del conjunto tipográfico. Y el nombre de marca, expresado en caracteres de caja baja, disminuye el impacto del rótulo suavizando su lectura y prestándole una apariencia más amable.

Con el título identificativo *Desplazamientos* se inauguró en el año 2004 una iniciativa de la desaparecida Caja San Fernando para la difusión del arte contemporáneo de la Andalucía occidental. El título hacía referencia al continuo movimiento, siempre en progreso, del arte y de la cultura. El logotipo diseñado (FIG. III.2.6.6) expresaba también gráficamente el sentimiento de la movilidad y del cambio experimental. Para lograrlo se ha recurrido a la intervención del texto, seccionándolo y reubicando cada una de sus partes en lugares no reglados. Los cuatro fragmentos reubicados coinciden con los cuatro espacios de color sobre el que parecen moverse, unas veces saliendo del plano de color que les corresponde y otras escondiendo parte de su silueta por detrás de los límites de sus marcos. El efecto dinámico se acentúa por la marcada inclinación de las líneas de base de los cuatro fragmentos de texto y la orientación ascendente, que cobra esta significación positiva debido a la orientación izquierda-derecha de lectura, produce un efecto de envite *in crescendo* que expresa los valores regenerativos de la iniciativa.

En este proyecto de diseño de cubierta editorial para una obra que lleva por título *La depresión* (FIG. III.2.6.7), el texto titular ha sufrido una intervención tipográfica de reubicación que potencia las significaciones del rótulo. La reubicación afecta al conjunto completo de los caracteres en tanto en cuanto que el texto se encuentra desplazado hacia el extremo inferior derecho del marco compositivo de la cubierta. Este pronunciado desplazamiento, que deja en evidencia el vacío del espacio restante, es un trasunto del vacío y del aislamiento como consecuencia de un proceso depresivo. Una segunda intervención de reubicación se encuentra en la separación del texto en dos líneas, cuya justificación a la derecha origina un comportamiento del texto en ángulo recto cuyo perfil se ajusta al de la esquina de la cubierta. Lo cual subraya el efecto de confinamiento que expresa el conjunto tipográfico. A la vez que todo ello, el cuerpo tipográfico reducido y el uso de caracteres de caja baja incluso para el comienzo de sentencia son factores



FIG. III.2.6.6

FIG. III.2.6.7

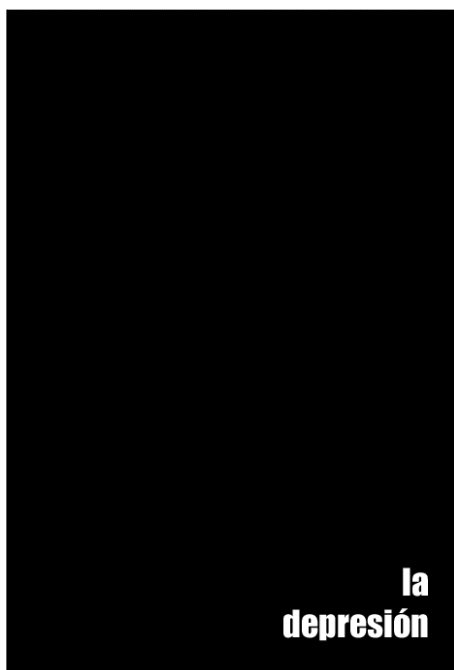


FIG. III.2.6.8



FIG. III.2.6.9

que insisten también en la minusvalía y el retraimiento. Un concepto este último que queda subrayado además por el estrecho espesor de los caracteres.

En el logotipo realizado por el diseñador Manuel Estrada para la identidad visual del Museo del Greco de Toledo (FIG. III.2.6.8) uno de los agentes literales ha experimentado una drástica reubicación de su posición connatural. Efectivamente, el carácter /C/ parece estar levitando por encima del nivel donde reposan las otras letras que lo acompañan. El empuje vertical se refuerza por el recurso interventor de *cardinalidad*, una recursión tipográfica que será objeto de análisis en el capítulo siguiente a éste, por el cual la primera parte del conjunto literal gira noventa grados a la izquierda y se sitúa en eje con el carácter /E/ de la línea inferior a la vez que adopta un cuerpo tipográfico cuya medida es igual al ancho de la huella del carácter con el cual queda alineado. Así dispuesto supone una fuerza de ascenso que se alimenta del comportamiento desubicado del carácter /C/. Es evidente que la referencia tipográfica a un impulso ascendente es un trasunto de la poética plástica de El Greco cuyas figuras parecen alargarse y ascender verticalmente por una suerte de esencia vital deformante. El efecto de ascendencia y de verticalidad se subraya asimismo por el empleo de una fuente de espesor tremendamente estrecho que evidencia el impulso vertical del conjunto. Todos estos recursos interventores, que se refieren a la poética de la obra de El Greco desde un discurso recurrente y tradicional, se complementan con el empleo de una fuente del tipo Grotesca, sin remates ni adornos, con una marcada voluntad hacia una geometría reductora y sin contrastes de modulación. La simplicidad, la desnudez y la franqueza de la forma tipográfica se sitúan aquí en paralelo con las características de transparencia, eficiencia y actualidad presumiblemente atribuibles a la entidad gestora del patrimonio artístico del museo.

Este rótulo pertenece a un local nocturno de moda de música y copas llamado *Tōkyō* (FIG. III.2.6.9). En él se despliega un juego interesante, tanto por lo inusual como por lo efectivo, de intervención tipográfica del tipo de reubicación de elementos puntuales. La desestructuración de la trayectoria lineal de lectura dividiendo el texto en tres líneas supone un acto de desubicación de los caracteres que no presenta mayor interés. Pero el juego sorpresivo está en el segundo efecto interventor que consiste en alternar las posiciones de los dos glifos de la tercera línea, alterando gravemente el sentido de la lectura y arriesgando la legibilidad del nombre. Sin embargo el enlace entre la prolongación del asta descendente del carácter /K/ y el asta homóloga del carácter /Y/ en la línea contigua inferior arrastra la mirada del primero al segundo de ellos, provocando que el último carácter leído en la última línea sea precisamente el que se ubica primero



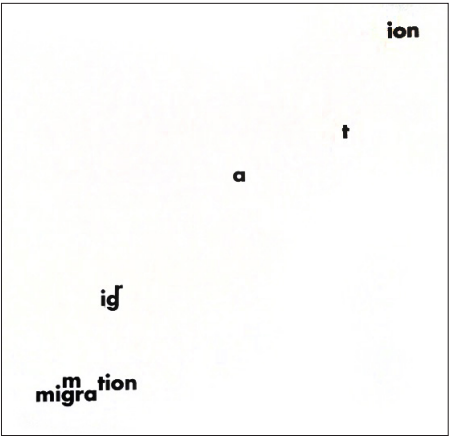
FIG. III.2.6.10

Un español en medio del horror sirio

FIG. III.2.6.11



FIG. III.2.6.12



en el orden de lectura habitual, el carácter /O/. Para asegurar que el lector admita este carácter como el último de la serie se acompaña de un elemento diacrítico, el punto, a su izquierda. Ese elemento, que ortotipográficamente avisa de un final de sentencia, se encuentra justo en el lado contrario al que le es connatural. En realidad los dos caracteres de la tercera línea parecen haber sido objeto de un volteo horizontal, aprovechando sus apariencias simétricas de eje vertical. Pero la efectividad del orden de lectura en el que el rótulo ha de ser leído no podría producirse sin el concurso de la fusión de las astas /K,Y/ que podemos en ese punto propiamente considerar un recurso interventor del contorno tipográfico singular del glifo. El resultado es un juego caprichoso que desafía la condición de legibilidad sin obstruirla, añadiendo entonces al texto un plus visualmente interesante. No es evidente en principio la consideración de un objetivo semiótico que justifique el juego de intervenciones que alteran la lectura, pudiendo tratarse de un mero capricho gráfico. Sin embargo las características del establecimiento en cuestión podrían hacer pensar en un juego de sutiles violencias a partir de las cuales se exprese el carácter sorpresivo y travieso del local.

La obra del fotoperiodista español Manu Brabo ha sido galardonada en 2013 con el premio Pulitzer por su trabajo en Siria. Sus fotografías recogen las experiencias dramáticas de los pueblos en conflicto social alrededor del mundo. En la página de encabezado de un artículo de prensa titulado *Un español en medio del horror sirio* (FIG. III.2.6.10), en el que el zaragozano da cuenta de la tragedia en el país sirio, nos encontramos con el peculiarísimo ejemplo de una intervención tipográfica por reubicación de elementos puntuales en el propio texto que titula el artículo. Para expresar el concepto de *estar en medio*, atrapado, en mitad del escenario dramático, el astil descendente del carácter /p/ de la primera línea de texto del título queda encajado literalmente entre el astil ascendente del carácter /d/ y el punto sobre el asta del carácter /i/ ambos de la segunda línea. El espacio intercarácter /d-i/, al ser equivalente al ancho del trazo del astil descendente de /p/, permite la coincidencia y el consecuente efecto de aprisionamiento. Lo cual es posible también mediante la reducción del espacio de interlínea, permitiendo la interferencia entre los renglones contiguos. El resultado es tan genial como significativo. Y su sutileza recursiva, que podría llevar a los no iniciados a pensar en una mera coincidencia, deja en evidencia sin embargo tanto el conocimiento tipográfico y la capacidad expresiva del maquetador como el carácter de premeditación del recurso tipográfico. Un ejemplo sobresaliente de la acción semiótica a partir de la recursión con elementos tipográficos.

Esta composición tipográfica para el título de una historia de ciencia-ficción titulada *El Totem* (FIG. III.2.6.11), con guión de Diego Savignano, presenta una reubicación de los elementos tipográficos que sugiere, mediante la función de iconicidad, el objeto que declara el discurso literal. La verticalidad de la composición en forma de columna, el efecto de solidez por el solapamiento e interpenetración de los elementos tipográficos, y el efecto de coronamiento por la presencia de los dos glifos del extremo superior cuya ancho de huella es superior al ancho de cualquiera de las líneas inferiores, da cuenta del objeto al que se hace referencia. El coronamiento superior se acentúa por el volteo horizontal del carácter /L/ que junto a su contiguo cierra así herméticamente el espacio superior. El aspecto masivo de la composición se acrecienta por la solidez que proporcionan los grosores de las astas, que prestan así un fuerte peso visual al conjunto. La utilización de caracteres de caja alta es aquí casi preceptivo pues la rotundidad de la mayúscula, y su connatural adecuación a una estricta doble pauta sin astiles ascendentes o descendentes, es preferible desde un punto de vista gráfico. El enorme cuerpo tipográfico actúa también como recurso expresivo de la magnitud corpórea del elemento en cuestión.

En la composición tipográfica *Migration*, Migración (FIG. III.2.6.12) los agentes de texto, las letras, se duplican reubicándose libremente sobre la superficie cuadrada de la composición. Al más puro estilo de la corriente denominada *poesía concreta* el tratamiento visual del texto adquiere la misma importancia que los propios contenidos literales o los ritmos del lenguaje. Emparentada con las corrientes del *concretismo* y de la *poesía visual*, la poesía concreta surgió con fuerza en el Brasil de la década de los cincuenta del siglo pasado aunque sus raíces se nutren de las experiencias de los caligramas del periodo entreguerras del siglo xx, e incluso en otras experiencias escritoras muy anteriores a esa centuria. Los juegos tipográficos que se desarrollaron en el periodo de las vanguardias históricas a partir de la poética de la *Palabra en Libertad* de la corriente futurista, cuya gráfica era compartida por las composiciones tipográficas de los dadaístas, fueron también la base para las intervenciones del texto de los poetas concretos. El texto del ejemplo bebe de esas poéticas que prestan relevancia a la visualidad del lenguaje y expresan, con las reubicaciones de sus glifos, la literalidad de su discurso. El efecto dinámico de desplazamiento en diagonal desde el extremo inferior izquierdo de la composición al extremo opuesto se declara mediante las disposiciones de los glifos en la ruta que ellos mismos sugieren y por la disposición ordenada de los últimos caracteres de la palabra en el vértice superior de la composición, símbolo de un nuevo establecimiento y orden de cosas. Los amplios espacios vacíos aluden también a la distancia que separa los puntos de origen y de destino.

En esta obra del pintor catalán Joan Miró titulada *Retrato de Enric Cristòfol Ricart*, fechada en 1917 (FIG. III.2.6.13), la firma del artista adopta una configuración escritora alejada de lo habitual. En el vértice inferior derecho de la composición los caracteres de su firma se reubican, adoptando una configuración vertical y quedando enmarcados por una línea rectangular. El conjunto recuerda vagamente a las configuraciones tipográficas usuales que identifican la autoría de la obra gráfica oriental, especialmente los *Ukiyo-e*. La semejanza no puede ser casual en tanto en cuanto en esta propia pieza de Miró aparece una stampa japonesa encolada al lienzo, que aparenta estar tras la figura del retratado. De esta manera el pintor mallorquín homenajea la poética oriental no sólo con la presencia física del ukiyo-e al fondo, sino con la alusión a una especie de transfiguración personal mediante la cual rinde, tipográficamente, homenaje a los ritmos visuales del Lejano Oriente. Esa consideración de la estética occidental hacia la oriental expresada a través de recursiones de índole tipográfica parece observarse también en la conformación de las firmas de artistas como Gustav Klimt o Egon Schiele, ambos como sabemos austríacos y perteneciente al movimiento secesionista vienés el primero de ellos, y el segundo cercano al mismo pero con un mayor espíritu deconstructivo y contracultural. Las reubicaciones que presentan los elementos tipográficos en las firmas de sus lienzos, reagrupados en espacios rectangulares de más de una línea de texto y enmarcados en espacios ortogonales bien delimitados, son afines a las distribuciones de texto en las estampas japonesas. Y son afines también a las propias disposiciones del texto en los soportes mediáticos de la Viena de principios de siglo, en los que la presencia del texto tiene un lugar de relevancia. Contemplado de esta manera, podríamos apuntar hacia una hipótesis aventurada desde la que emparentar los usos tipográficos de la estética de la secesión vienesa, y por ende también los del grupo escocés encabezado por Mackintosh, con el comportamiento de las masas de texto de la stampa japonesa.

En el texto titulado *Nostalgia*, Nostalgia (FIG. III.2.6.14), una reubicación de los caracteres provocada por el desplazamiento hacia la derecha de los tres últimos glifos del conjunto tipográfico divide al texto en dos partes, separándolo y desnaturalizando su esencia integral. El desplazamiento lleva consigo además la ruptura del soporte sobre el cual se manifiesta el texto. Esa ruptura del plano del soporte crea un vacío que alude a una suerte de extrañamiento entre las dos partes del conjunto que, según percibimos, quieren en pureza volver a constituirse como unidad, pues ninguna de ellas por sí mismas tienen, por separado, entidad comunicativa. El *medio* físico se convierte aquí muy claramente en *mensaje*. La sencillez de la recursión, solucionada mediante una reubicación tipográfica consistente en el simple desplazamiento hacia la

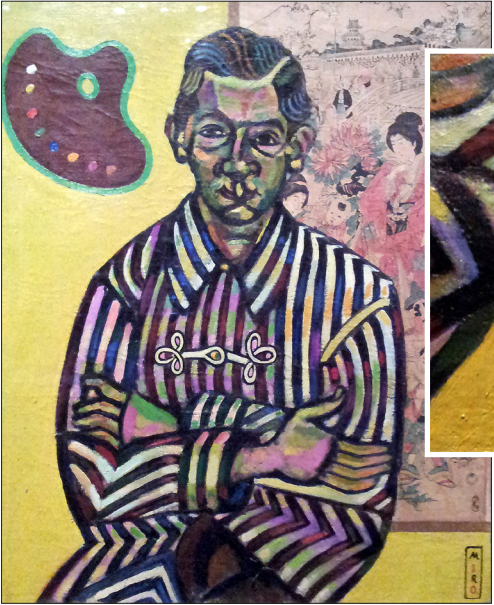


FIG. III.2.6.13



FIG. III.2.6.14

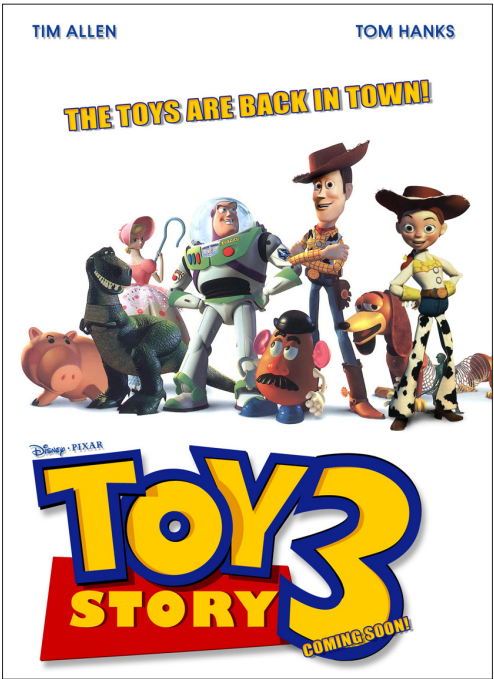


FIG. III.2.6.15

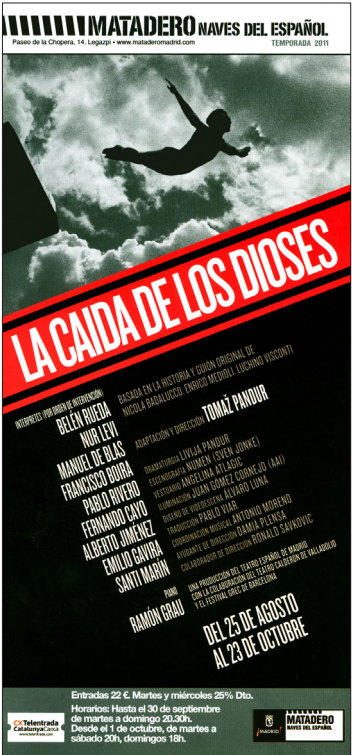


FIG. III.2.6.16

derecha de una parte del conjunto de los elementos de texto, magnifica el potencial semiótico de este trabajo.

En el cartel cinematográfico para *Toy Story 3*, la tercera película de la trilogía coproducida por Disney y Pixar (FIG. III.2.6.15), encontramos un ejemplo de reubicación de los elementos tipográficos. El desplazamiento de los caracteres del texto, solapándose unos sobre otros, descompone el carácter reglado connatural del conjunto tipográfico en alusión al espíritu del filme. El tono marcadamente infantil de la película con unos personajes de juguete que disponen de capacidad decisoria propia, que se comportan torpe y atropelladamente, y que declaran continuamente la camaradería que los une, se expresa tipográficamente mediante la ruptura del comportamiento reglado del texto, desplazando y solapando los caracteres. Otros recursos de intervención se suman aquí al potencial semiótico de la composición tipográfica. Por ejemplo el redireccionamiento de cuatro de los glifos, que inclinan aleatoriamente sus ejes verticales insistiendo así en el efecto dinámico y espíritu caótico que conviene. La diversidad de los cuerpos tipográficos, tan diversas como son las personalidades de los personajes de ficción del filme, apuntan hacia el mismo sentido de significación. Y la apariencia amable de la fuente tipográfica, derivada de su simplicidad geométrica así como de la simplificación cromática con sus tonos de alta saturación, es un paralelo a la poética inocente con la que se desarrolla la historia cinematográfica.

INTERVENCIÓNES TIPOGRÁFICAS POR REUBICACIÓN DE CONJUNTOS TIPOGRÁFICOS

Las intervenciones por reubicación de los elementos tipográficos del conjunto del texto pueden afectar a los partes discursivas literales consideradas por bloques, a diferencia de los casos comentados en el apartado anterior que lo eran según los elementos puntuales del conjunto. Para que esto pueda ocurrir el volumen de la literalidad debe ser lo suficientemente extenso como para permitir estas agrupaciones por bloque del discurso e incidir en ellas reubicándolas según una intención semiótica determinada.

En este cartel para la difusión de una representación teatral, una adaptación de Tomaz Pandour a partir de una obra cinematográfica de Luchino Visconti (FIG. III.2.6.16), el extenso texto está intervenido adoptando la apariencia que interesa y que acompaña a los contenidos de la propia obra. El filme de Visconti es una pieza que se constituye, junto con otros dos filmes de su autoría, en una trilogía que reflexiona sobre el fenómeno del ascenso del fascismo en la Alemania de la república de Weimar. La estética del cartel de la obra de Pandour está entonces, claramente, en sintonía con la estética de la época. Además de la imagen superior, que señala



FIG. III.2.6.17

FIG. III.2.6.18



FIG. III.2.6.19

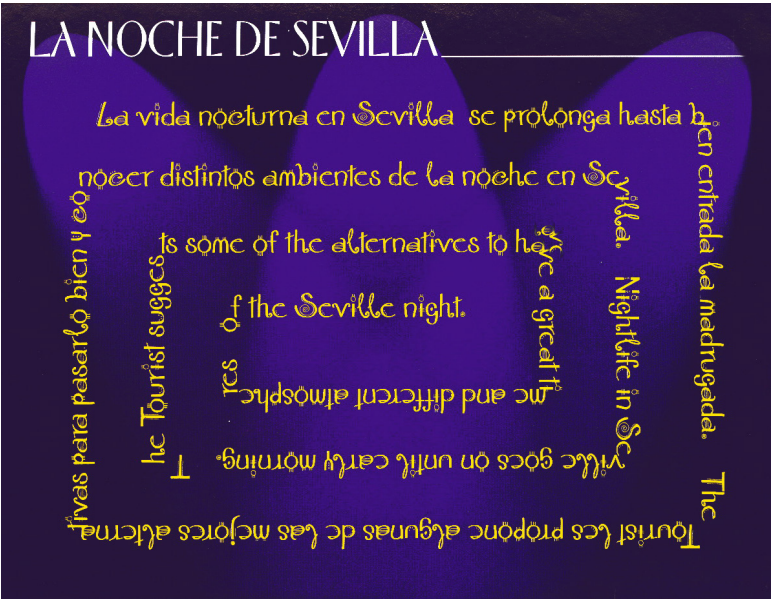


FIG. III.2.6.21

FIG. III.2.6.20

directamente a la poética de la fotografía del régimen nazi Leni Riefenstahl y a su discursividad hermética y heroica, están los bloques de texto que se organizan según una clara y estricta retícula ortogonal. Todo el conjunto de texto e imagen ha sido además virado en sentido levógiro, a la manera de las composiciones gráficas, pictóricas o fotográficas del constructivismo soviético de un Rodchenko, un Lissitzky o un Klutzi. Los textos entonces se encuentran reubicados atendiendo a una poética reticular y a un modo de composición en *plano aberrante*¹ que es común a la estética soviética del periodo de las vanguardias históricas. Una composición reticular y una composición aberrante que fue también común a la estética del racionalismo alemán de la Bauhaus en el mismo periodo histórico. Con una intención de iconicidad los textos aluden semióticamente al momento y al lugar que se desarrolla en el argumento de la obra. También los colores, blanco, rojo y negro son expresión de esas poéticas soviética y alemana previas a la segunda gran guerra. Y la utilización de una fuente tipográfica de personalidad severa, sin modulación y sin remates ni artificios decorativos está en línea con los usos tipográficos del racionalismo alemán de preguerra.

Este anuncio de prensa presenta un mensaje de concienciación sobre el tema de la salud de la visión (FIG. III.2.6.17). El juego tipográfico de la parte superior de la composición alude literalmente a una expresión popular que alerta de posibles falsedades, escritas *en letra pequeña*. Efectivamente la última línea del texto, que contiene el término *pequeña*, está resuelto con un cuerpo tipográfico lo suficientemente reducido como para dificultar su lectura a un público adulto afectado de algún grado de presbicia. La campaña está comandada por una confederación de entidades y asociaciones públicas y privadas relacionadas con el ámbito de la visión. El texto intervenido en el anuncio, de acuerdo a la naturaleza de las entidades promotoras, se encuentra intervenido según una suerte de reubicaciones de los elementos de texto y una diversidad de cuerpos tipográficos que en conjunto presenta un aspecto similar a los *test de visión* habituales en optometría. También la fuente tipográfica, una grotesca severa y sin modulación, con caracteres de caja alta, en negro sobre blanco y con amplios espacios de intercarácter, se asocia con los usos tipográficos habituales que presentan estos tests.

En esta composición tipográfica (FIG. III.2.6.18) la lectura del texto invita a un público presumiblemente joven a una inmersión lúdica en los ambientes nocturnos de una gran ciudad.

1 En el ámbito de la fotografía y del audiovisual un *plano aberrante* es una toma cuyos elementos integrantes presentan un giro inusual con respecto al marco del encuadre, debido al propio giro del aparato que capta la imagen. El resultado produce extrañamiento y aporta dramatismo a la composición.

La invitación a la inmersión nocturna y a recorrer los espacios recónditos de lo noctámbulo se expresa sobre todo a partir de la fuerte reubicación del largo texto resuelto en color amarillo. La disposición gráfica en espiral del texto parece apuntar hacia la forma de un remolino. El potencial de succión de una sustancia licuada se pone en paralelo con la atracción irresistible de las ofertas de la vida nocturna. En cuanto a la disposición ortogonal de la retícula en la que se resuelve la espiral de texto, podemos observar que alude en cierto modo a la distribución tradicional de un laberinto que, por sus referencias a lo lúdico y al sentimiento de confusión consentida, se puede asociar con el espíritu de la oferta que se desprende del anuncio en cuestión. Por otro lado, además de estas intervenciones por reubicación de los elementos tipográficos, la fuente tipográfica elegida presenta un aspecto desenfadado, jovial y deshinibido que obviamente está en línea con el mensaje. La fantasía y el capricho de sus formas, el aspecto de dinamicidad por la profusión de trazos curvos, el aspecto orgánico no geométrico de su arquitectura, la elevación del *ojo medio* de la fuente² y el uso masivo de la minúscula son, entre otros, los factores gráficos que intervienen el tipo y lo acercan al mensaje predefinido. Además de todo ello la referencia a la nocturnidad se consigue por la utilización de los tonos oscuros del fondo de la composición, negros y azules, sobre los cuales destella el amarillo del texto, puntos luminosos en la oscuridad de la noche y puntos de referencia de la vitalidad noctámbula.

En esta otra composición tipográfica (FIG. III.2.6.19) la literalidad del texto queda magnificada por el potencial semiótico que se deriva de la intervención de los agentes literales. El reposicionamiento de los glifos y la manera en la que encajan forzosamente entre sí da cuenta del espíritu opresor y asfixiante que es trasunto del discurso literal del texto. Para lograr la cubrición de los espacios y eliminar en el mayor grado posible los espacios vacíos el interletraje es muy reducido. Por la misma razón se han intervenido los espesores de los glifos. Los diferentes cuerpos tipográficos evitan el aspecto regular y organizado que podría derivarse de una reubicación reticular homogénea, acentuando de este modo el efecto caótico y angustiante, conceptos afines también a la literalidad del vocablo. El conjunto interactúa asimismo con los bordes de la composición, simulando un efecto de confinamiento que aprisiona al texto, impidiendo su libertad de movimiento. Confinamiento que se subraya mediante la intervención de los espesores de los glifos que, a tenor de la estrechez de su huella tipográfica, parecen contener en

2 El *ojo medio* de una fuente es la distancia vertical que existe entre las dos pautas que delimitan la altura de las letras de caja baja, exentas de astiles ascendentes o descendentes. Es lo que se conoce propiamente como *altura de x*, en alusión a un carácter /x/ en minúscula.

cierto modo su respiración. Por último, el color azul oscuro del relleno del texto sobre el negro del fondo señala hacia la oscuridad de los espacios herméticamente cerrados. En conjunto, una suerte de intervenciones tipográficas de naturaleza dispar que se orientan hacia un fin comunicativo común.

En el ejemplo anterior un sistema reticular evidente organiza los textos reubicándolos en el espacio de la composición, obligándolos a una especie de comportamiento solidario que los obliga a sus posiciones finales. Los sistemas de retícula pueden ser de orden ortogonal homogéneo, cuando las líneas que demarcan las celdillas se cruzan perpendicularmente entre sí y sus lados son paralelos a los márgenes del marco compositivo (FIG. III.2.6.20). Esta disposición del espacio, y las distribuciones tipográficas que originan, son expresión de orden y regularidad y son especialmente adecuadas para significar situaciones en las que intervengan conceptos fundamentales de orden disciplinar y severidad castrense. Como por ejemplo en este rótulo (FIG. III.2.6.21) en el que la literalidad del texto queda visualmente significada mediante las reubicaciones de los agentes literales en los espacios impuestos por una ordenación reticular del tipo citado. Pero también una retícula ortogonal puede, sin violentar su ortogonalidad ni su paralelismo con respecto a los límites del marco, presentar una cierta heterogeneidad en cuanto a los tamaños de los espacios reticulares, y en este sentido el ejemplo anterior *Claustrofobia* es un claro exponente. Esa heterogeneidad de los espacios reticulares en los que pueden moverse los elementos de texto es recurrente en la estética de las composiciones tipográficas del movimiento secesionista vienés de principios del siglo pasado, como vemos en este cartel de Gustav Klimt (FIG. III.2.6.22) en el que el confinamiento al que se obliga el texto en la zona inferior del soporte no es óbice para la interesante dinamicidad que presentan gracias a la subdivisión reticular de ese espacio en el cual los glifos alternan el cuerpo tipográfico y los espacios vacíos. En una distribución espacial originada por una retícula de comportamiento ortogonal su heterogeneidad puede declararse no ya sólo por los diferentes espacios de retícula sino por la oblicuidad de ésta con respecto a los márgenes de la composición. Estos comportamientos de reticulación ortogonal de disposición oblicua fueron ampliamente utilizados por las corrientes estéticas del constructivismo soviético y el racionalismo alemán en el periodo de las vanguardias históricas. Un ejemplo de ordenación ortogonal de la retícula tipográfica con una disposición oblicua compositiva lo tenemos en este cartel que alude a la estética del constructivismo soviético de entreguerras (FIG. III.2.6.23) o en este otro cartel de la diseñadora gráfica Paula Scher (FIG. III.2.6.24) que bebe también de las fuentes de la estética soviética del primer tercio del siglo



FIG. III.2.6.22



FIG. III.2.6.23



FIG. III.2.6.24



FIG. III.2.6.25



FIG. III.2.6.26

pasado. Pero las retículas pueden distribuir el espacio del soporte originando celdillas irregulares a partir del cruce de líneas reticulares no ortogonales, tal como aparece en este ejemplo (FIG. III.2.6.25). La solidaridad de los elementos tipográficos, que se ajustan a un espacio irregular deformando su apariencia, parece declarar por un lado una actitud societaria, comunal, pero por otro parece aludir al caos y a la singularidad. Esa aparente dicotomía entre lo singular y lo comunal, en principio irresoluble, aparece expresada en este rótulo (FIG. III.2.6.26) en el cual la utilización de una red articular irregular proporciona el ordenamiento tipográfico ideal para la significación de esos dos conceptos antagónicos de lo social y lo individual. La deconstrucción de la ortogonalidad se manifiesta también en la gráfica mediática de los movimientos futuristas y dadaístas con base en la poética de *La palabra en libertad*. En este otro trabajo de Paula Scher (FIG. III.2.6.27) la deconstrucción reticular de una parte de la composición queda magnificada por el antagónico comportamiento de unos elementos tipográficos ordenados según las pautas de una estricta red ortogonal.

Las retículas organizan el espacio del soporte y ordenan las texturas tipográficas en base a resolver una ordenación visual de los textos que suponga un trasunto de la propia ordenación de los contenidos literales. A ello es, en puridad, lo que se denomina en el ámbito editorial *lecturabilidad*. Cuando la ordenación visual contradice o no potencia el orden de los contenidos la lecturabilidad obviamente se resiente. En este interesante ejemplo (FIG. III.2.6.28), interesante precisamente por su fracaso, vemos una hoja de sala para la representación teatral de *32 rue Vandenbranden*, una obra de la compañía Peeping Tom. Se trata de un díptico con la sinopsis, ficha técnica y breves comentarios sobre la representación. Pero la red articular en la que se mueven los textos y otros elementos de la gráfica de la composición se resuelve de tal modo que invita al usuario a orientar cabeza abajo, y por tanto erróneamente, el díptico. Una sucesión de efectos equivocados se alinean aquí casualmente produciendo el equívoco, tales como las enfatizaciones del texto por el color, las alineaciones en bandera, la ordenación de los elementos gráficos y el orden compositivo general. Un interesante ejemplo que por su condición fracasada es sin embargo útil porque ilustra sobre el valor de los ritmos de las masas en función del valor de lecturabilidad que debe presidir un soporte de este tipo.

En la exposición de 2013 en el museo de arte contemporáneo, MACBA, de Barcelona que recorría la trayectoria profesional de la artista Eulàlia Grau, una serie titulada *Discriminació de la dona*, Discriminación de la mujer, se encabezaba con este cartel tipográfico (FIG. III.2.6.29). La reubicación de los textos en una red articular notablemente irregular origina una desestructuración

FIG. III.2.6.27



FIG. III.2.6.29

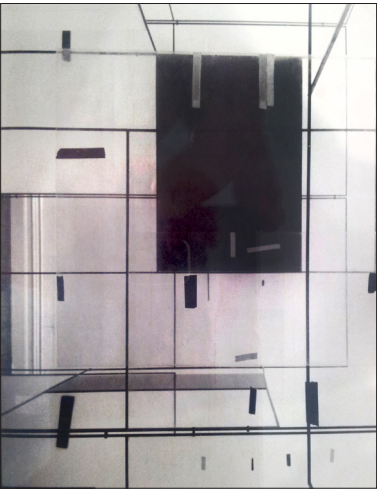


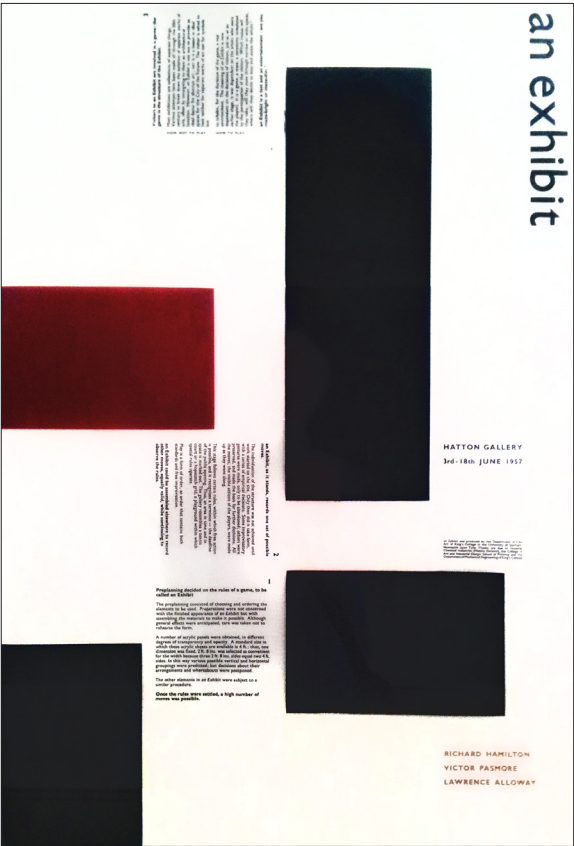
FIG. III.2.6.30



FIG. III.2.6.28



FIG. III.2.6.31



de las dinámicas connaturales del texto, produciendo un efecto de desubicación y ruptura que son precisamente los conceptos de fondo a partir de los cuales la artista fundamenta los trabajos de su serie. Independientemente de la recursión tipográfica por reubicación de los agentes del texto, otras intervenciones como por ejemplo la disparidad de cuerpos tipográficos están incidiendo en las mismas significaciones de ruptura y desestructuración del orden. En el mismo sentido actúa el uso incoherente de los tipos de caja alta y baja, mezclados desordenada e inopinadamente en una misma cadena de texto. O también el redireccionamiento angular de los ejes de algunos glifos, así como los efectos de superposición de letras. Todas ellas intervenciones tipográficas de diferente naturaleza pero que se orientan hacia la consecución de la transmisión de un mensaje único predeterminado.

En la exposición retrospectiva sobre la figura del británico Richard Hamilton celebrada en 2014 en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, de Madrid, una de las piezas expuestas consistía en la recreación de una instalación expuesta en Londres en 1957 cuyo título era *An exhibit*, Una exposición. La instalación original se desarrollaba en el espacio de una sala cuyo espacio se encontraba ocupado por una suerte de paneles rectangulares de diferente tamaño y color suspendidos en el aire por unas finas cuerdas firmemente tensadas. El efecto era parecido al de una obra constructivista que hubiese cobrado corporeidad desplegándose en el espacio (FIG. III.2.6.30). El cartel de 1957 para la exhibición de la instalación en la Hatton Gallery (FIG. III.2.6.31) disponía los elementos compositivos, tanto puramente gráficos como tipográficos, según los ritmos de los elementos reales de la instalación. La abundancia de texto en el cartel permitía su reagrupación en bloques y su justificación en espacios rectangulares. Los bloques tipográficos se comportan en el cartel como paneles rectangulares que se ubican y se giran ortogonalmente armonizando con los gráficos y los espacios de silencio, según una red articular ortogonal que es un trasunto de la arquitectura de la exhibición. Es un ejemplo de intervención tipográfica por reubicación de los conjuntos tipográficos según un sometimiento a una red ortogonal de espacios irregulares que actúa semióticamente por iconicidad, toda vez que la gráfica resultante se referencia a una experiencia visual real.

En esta pieza de poesía concreta titulada *Acaso*, del artista Augusto de Campos (FIG. III.2.6.32), el poeta juega con las reubicaciones del texto en plena sintonía con los postulados de la poesía concreta, en la que el juego visual con los elementos tipográficos y los contenidos textuales adquieren el mismo nivel de relevancia. Utilizando sesenta combinaciones posibles a partir de las cinco letras de la palabra *acaso*, agrupadas en diez bloques de seis combinaciones cada uno

de ellos, el poema expresa visualmente las múltiples posibilidades combinatorias que, quizá, aunque no es seguro, declare en algún momento la certeza de esa posibilidad. Una certeza que el propio lector habrá de descubrir adentrándose así en la propia estructura del poema. La reubicación tipográfica se ejerce a partir del cambio del orden reglado de los caracteres en cada uno de los vocablos, salvo aquél en el que precisamente se declara la certeza. Un segundo efecto de reubicación se aplica en la composición visual del poema mediante el agrupamiento de los vocablos experimentales en grupos de seis, con sus caracteres ordenados en modo *stoichedon*³. Y una tercera intervención por reubicación de los elementos tipográficos se aplica por la disposición de los diez bloques originando una trama de textura reticular ordenada, en la que el patrón es el conjunto de seis vocablos.

Otro ejemplo paralelo a la corriente de la poesía concreta lo tenemos en las obras del movimiento denominado *creacionismo*, un movimiento estético hispanoamericano del primer tercio del siglo xx que se declaró especialmente en la obra poética. Al igual que la poesía concreta, el creacionismo evita lo anecdótico y lo descriptivo, elimina el ornamento, enfatiza el efecto visual del texto y juega valientemente con la tipografía. En estas dos piezas del artista chileno Vicente Huidobro tituladas *Kaleidoscope*, de 1921 (FIG. III.2.6.33) y *Minuit*, de 1920 (FIG. III.2.6.34), ambas pertenecientes a la colección permanente de la Fundación Telefónica, el texto se mueve con libertad por sobre la superficie del soporte adoptando formas y actitudes que reniegan de los posicionamientos convencionales de los elementos tipográficos, haciéndoles partícipes de un potencial visual a partir del cual la obra misma declara sus pronunciamientos. Es evidente la consanguinidad del creacionismo con la poesía concreta, así como la herencia de los juegos tipográficos derivados del movimiento de la *Palabra en libertad* futurista, las irreverencias tipográficas de las comunicaciones dadaístas, los caligramas de los poetas franceses del periodo entreguerras, y la propia cultura del caligrama que hunde sus raíces más allá de las fronteras de la Edad Moderna.

3 El término *stoichedon* se aplica a una organización de los caracteres en un conjunto tipográfico, generalmente en inscripciones lapidarias de la Antigüedad, en las cuales los ejes de los glifos de líneas contiguas se alinean.

LIBRO III. ANÁLISIS Y CLASIFICACIÓN DE LA
CASUÍSTICA ESTRATÉGICA DE LA TIPOGRAFÍA

ACTORES DE LA SEMIÓTICA TIPOGRÁFICA
7. INTERVENCIÓN POR ORIENTACIÓN

LAS INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS por reorientación de los agentes textuales, las letras individuales o los conjuntos de ellas, afectan a estos elementos de texto posicionándolos en ubicaciones, direccionamientos y ángulos no reglados. La intervención puede afectar a uno o varios caracteres del conjunto tipográfico. Cuando la recursión incide sobre varios caracteres puede hacerlo a partir de grandes masas de texto consideradas como bloques de textura tipográfica, o bien a partir de un grupo localizado de caracteres del total del conjunto de texto que puedan considerarse como entidades significativas de cierta independencia. En el primer caso hablaríamos de una intervención tipográfica por reorientación de caracteres, y se produciría entonces sobre un solo carácter, o bien sobre varios caracteres del conjunto a condición de que el grupo de caracteres afectados no constituya una unidad de significación en ese conjunto de texto. En el segundo caso hablaríamos de una intervención tipográfica por reorientación de conjuntos de caracteres. Afectaría al total de los elementos de texto del conjunto o bien a un grupo de caracteres que se constituyan como unidad de significación de relativa independencia en ese conjunto tipográfico.

Por otro lado las intervenciones tipográficas de reorientación pueden producirse por la disposición angular de la línea de base del conjunto de caracteres afectados. Dependiendo del ángulo, positivo o negativo según el texto ascienda o descienda, respectivamente, por encima o por debajo de la disposición reglada en horizontal de la línea de base en la que descansa, el efecto producido tendrá connotaciones semióticas favorables o adversas. La percepción de ascenso o descenso del texto estará obviamente condicionada por la direccionalidad de lectura de uso en las culturas occidentales. Esto sólo se producirá cuando la amplitud angular no exceda de un valor cercano a los cuarenta y cinco grados sexagesimales sobre la horizontal. Para amplitudes

angulares mayores el efecto semiótico dependerá del comportamiento que presenten los elementos de la composición y la manera en la que afecten al giro del texto. Aunque, del mismo modo, el favor o la adversidad que potencialmente presentan los textos girados dentro de regiones angulares menores a la mitad de un recto pueden alterar sus significaciones dependiendo de la acción semiótica que sobre ellos ejerzan simultáneamente otros recursos interventores. En cualquier caso denominaremos a estas recursiones tipográficas como intervenciones de orientación angular.

Otro tipo de intervención por reorientación es la que dispone los elementos tipográficos de acuerdo al influjo del eje cardinal. La casuística de este subapartado es diversa, pero principalmente podríamos considerar dos situaciones. La primera de ellas se presenta cuando el recurso cardinal se aplica a uno o varios caracteres del conjunto tipográfico, los cuales toman como referente de orientación al resto de los agentes de texto no afectados por la intervención. La segunda de ellas se produce cuando el referente cardinal es el propio marco de la composición, ocasionando un desplazamiento del texto cuya significación depende entonces de la dirección cardinal establecida por la intervención. Es muy fácil confundir este caso concreto de intervención tipográfica por reorientación con las intervenciones por reubicación. La diferencia fundamental entre ellas no se soluciona mediante el sencillo expediente del comportamiento del texto afectado, sino por el hecho de si las significaciones que lo impregnan son deudoras de una intención cardinal o si lo son de una simple reubicación de los elementos.

Por último, la direccionalidad de lectura de un texto puede depender del influjo que sobre él ejerzan fuerzas externas al texto, como por ejemplo los elementos gráficos de la composición que lo rodean, y que aun siendo ajenos al propio conjunto tipográfico sin embargo lo afectan y resignifican.

De acuerdo a la casuística comentada, los subapartados anteriores se ordenarían según el siguiente cuadro:

Acción semiótica por intervenciones tipográficas de reorientación:

1. Por reorientación de caracteres
2. Por reorientación de conjuntos de caracteres
3. Por orientación angular
4. En referencia al eje cardinal
5. En referencia a los elementos compositivos

Hacia una mejor comprensión de estos apartados comentamos seguidamente una selección de casos singulares pertenecientes a cada uno de ellos.

INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS POR REORIENTACIÓN DE CARACTERES

Como ya se ha dicho este tipo de intervenciones recurre las posiciones naturales del texto, reorientándolo. Puede afectar a un sólo carácter o también a un grupo de ellos, pero en este segundo caso es condición que el grupo de caracteres afectados no constituya una unidad independiente de significación dentro del conjunto tipográfico. De constituirse como grupo de identidad, se trataría de un caso de intervención tipográfica por reorientación de un conjunto de caracteres, y sería por tanto susceptible de inclusión en el segundo de los apartados que hemos relacionado más arriba.

En este detalle de un título de encabezado de un artículo de revista cuyos contenidos versan sobre la nación rusa (FIG. III.2.7.1) el término principal del título se encuentra recurrido por dos intervenciones tipográficas, una de ellas del tipo de reorientación. La inversión del carácter /R/ es una reorientación del carácter que resignifica el texto mediante la referencia a la apariencia de los glifos del alfabeto cirílico ruso. En efecto, en la tabla de caracteres del alfabeto cirílico se incluyen ciertos glifos cuyo aspecto es idéntico al de su homólogo latino pero volteado horizontalmente. Históricamente, el cirílico se va conformando hacia finales de la Antigüedad Tardía y la articulación de sus glifos es deudora de los alfabetos glagolítico y griego. Precisamente a su herencia griega se debe este llamativo comportamiento en el que algunos glifos que presentan una arquitectura occidental invierten las direcciones de sus trazos. La razón es el uso escriptor de la antigua Grecia, una de cuyas manifestaciones fue el modo *boustrophedon*, que significa «como ara el buey» y que se utilizó sobre todo en el periodo clásico griego, a pesar de que existen referentes anteriores incluso fuera del ámbito helénico, como por ejemplo la famosa *Lapis Niger*, un cipo prismático situado en el Foro Romano y que data de los siglos VIII al VII ac., es decir, como mínimo doscientos años anterior al pleno periodo clásico griego. Los textos en modo boustrophedon comenzaban en la primera línea en una determinada dirección y al bajar a la segunda línea la dirección de escritura se invertía y a su vez se volteaban los glifos de acuerdo a esa nueva dirección escriptora, y así sucesivamente. El resultado era que un mismo glifo de la tabla de caracteres griega podía aparecer mirando tanto hacia la izquierda como a la derecha. En definitiva, el volteo del glifo occidental /R/ en el titular del artículo es una recursión tipográfica del tipo de reorientación de caracteres, y la naturaleza comunicativa en la que se apoya es de carácter icónica pues el referente al que alude es un elemento reconocible de la



FIG. III.2.7.1



FIG. III.2.7.2

Dezigual®

FIG. III.2.7.3

experiencia visual. Pero además de esta intervención hay otra, esta vez de carácter cromático, por la cual el resto de los glifos del vocablo aparecen en color rojo. La intencionalidad comunicativa se declara por el hecho de que tan sólo algunos caracteres del conjunto de las letras del texto titular presentan ese tratamiento cromático. En este caso el rojo es una referencia, también de carácter icónico, al color predominante de la insignia nacional rusa desde 1918 hasta 1991. Ambos recursos interventores, la reorientación y el croma, unen entonces sus potenciales de significación para subrayar con sus respectivas estrategias gráficas lo que se declara a través de la literalidad del discurso.

En este rótulo, el logotipo de un establecimiento comercial adosado al muro exterior de un edificio de la ciudad de Viena (FIG. III.2.7.2), el recurso interventor consiste en una duplicidad especular del nombre de marca cuyo eje de simetría atraviesa verticalmente el carácter /O/ que es a su vez parte de la imagen tipográfica original y a la vez también su propia versión especular. Este juego es posible por el carácter simétrico del propio carácter. El resto de caracteres a la derecha se encuentran invertidos horizontalmente y son una especie de responsión del rótulo de base. Es evidente aquí el juego semiótico, cuya intervención tipográfica alude a la literalidad del texto *Echo*, Eco, un fenómeno acústico producido por una onda sonora que tras ser emitida se refleja y regresa al punto de emisión un intervalo de tiempo más tarde. Ese juego de reflexiones se expresa en el texto mediante la inversión especular de la mitad derecha de los glifos que, al quedar fusionadas las versiones emitida y reflejada del texto en el encuentro del carácter /O/, expresan así las propiedades del fenómeno acústico que se declara en el rótulo. Se trata entonces de un caso de intervención tipográfica de reorientación de caracteres que afecta sólo a un número limitado de los glifos que aparecen en el total del conjunto tipográfico.

El logotipo de la firma *Desigual* (FIG. III.2.7.3), una marca comercial barcelonesa del ramo de la moda textil presenta una recursión tipográfica del tipo de reorientación en el carácter /S/, volteando el glifo horizontalmente. El hecho de que sea el único carácter girado mientras los demás permanecen en sus posiciones regladas le deja en evidencia y le otorga un carácter de singularidad que lo resignifica, personalizándolo y alejándolo del resto del conjunto. Es ese efecto de diferenciación, destacando por sobre la monotonía de lo reglado, precisamente el beneficio principal del producto en cuestión y es de hecho el mensaje que se expresa a través de la literalidad misma del nombre de marca. Por otro lado el uso masivo de letras de caja baja así como la amplitud del ojo medio de la fuente y la apariencia amable de su complexión sugieren una marca



FIG. III.2.7.4

EQUILIBR/UM

FIG. III.2.7.5

FIG. III.2.7.6



FIG. III.2.7.7

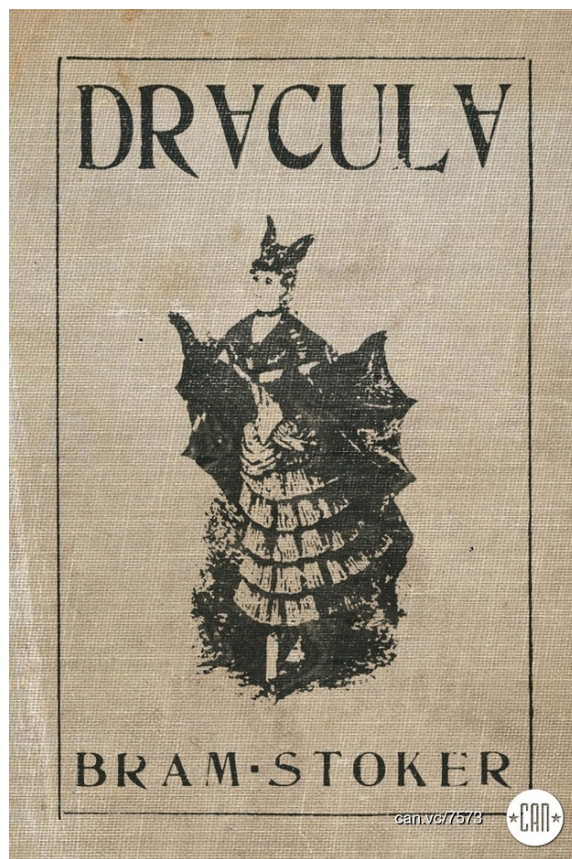


FIG. III.2.7.8

de perfil cercano e intimista. Unas propiedades que se derivan en este caso del propio diseño de la fuente, una Helvetica con un importante peso visual, del tipo *Bold*.¹

El mismo recurso utilizado en los dos últimos casos mencionados, aparece también en el fragmento de un anuncio publicitario de una gran superficie comercial para una campaña publicitaria anunciadora de equipamiento infantil para la *vuelta al cole* (FIG. III.2.7.4). Si en el ejemplo del titular de revista la inversión horizontal del glifo aludía al comportamiento de los caracteres del alfabeto cirílico y en el segundo ejemplo apuntaba hacia una personalidad diferenciadora, en éste sin embargo el mismo recurso expresa un comportamiento escriptor común al *público beneficiario* de los objetos de consumo que se anuncian, un público infantil. Nos referimos a ese cierto efecto de dislexia que provoca la inversión de determinados caracteres tipográficos que, por su singular arquitectura, puedan suponer algún problema de representación. Y al decir *público beneficiario* queremos decir que en este caso la figura del *beneficiario* y la del *consumidor* no es la misma, pues serán probablemente los tutores legales los que lleven a término el acto volitivo de la compra. En definitiva, la inversión del carácter /N/ indica un texto escrito bajo el influjo condicional característico, y por lo tanto representativo, de un público extremadamente joven. Es esta entonces una intervención tipográfica de reorientación de un carácter singular, que además se apoya en otras intervenciones tipográficas que inciden en la caracterización de ese perfil de público. Por ejemplo la texturación del texto, que desde una voluntad de iconicidad imita el trazo de una tiza sobre un tablero de pizarra escolar. El color blanco del texto y el negro de fondo son también recursiones tipográficas de orden cromático que potencian el carácter escolar e infantil del rótulo. Para subrayar la identidad del objeto pizarra se aplica un recurso de intervención inclusivo externo que consiste en la incorporación de un marco que rodea al texto y que por su color, textura y grosor mimetiza el tradicional marco de madera de una pizarra clásica escolar. Al cual por cierto se le añade un efecto de corporeidad mediante la simulación de una sombra arrojada sobre el color blanco del fondo del soporte, lo cual insiste en las cualidades táctiles de ese objeto escolar. Toda una suerte de recursos de diversa naturaleza que construyen la escenografía que interesa para sugerir el público beneficiario del objeto de la campaña.

En el rótulo *Equilibrium* (FIG. III.2.7.5) uno de los caracteres ha sido intervenido mediante un recurso de reorientación del glifo, inclinando hacia la derecha el eje vertical del mismo. El

1 La expresión *Bold*, en el contexto tipográfico, se refiere a un peso visual de la fuente tipográfica mayor de lo establecido como normal. El peso visual viene determinado principalmente por el grosor de las astas.

hecho de que el efecto se haya aplicado a uno sólo de los caracteres, en lugar de hacerlo al conjunto de ellos, fija la atención sobre el carácter afectado y subraya el carácter de la anomalía. El referente reglado, significado por el resto de los glifos que permanecen en sus posiciones y actitudes connaturales, denuncia la condición de accidente del glifo /I/. Y en efecto la letra parece abandonar su compostura perdiendo el equilibrio por efecto de una supuesta fuerza de gravedad. El ángulo aleatorio en el giro del glifo, que se aparta de una gradación múltiplo de cuarenta y cinco, apunta semióticamente en la misma dirección, hacia la expresión de lo fortuito, del accidente. La utilización de caracteres de caja alta es adecuada en tanto que sus articulaciones geométricas declaran, con mucha mayor fuerza que sus compañeras de caja baja, la red ortogonal en la que se apoyan y los referentes horizontales y verticales de muchas de sus astas. Una circunstancia más que ayuda a evidenciar la orientación irregular del carácter intervenido.

Sin embargo en el logo diseñado por Sean Heisler para *Killed Productions* (FIG. III.2.7.6) el carácter intervenido, una /i/ al igual que en el caso anterior, presenta una apariencia estable a pesar del fuerte desmarcaje con respecto a su posición connatural. La razón de su estabilidad es la coincidencia del eje longitudinal del glifo con la dirección horizontal, tras un giro de noventa grados que supone un múltiplo de la amplitud angular que habíamos apuntado en el párrafo anterior, y que sugiere anclaje y estabilización. La letra afectada, tendida *en el suelo*, aparece anclada, esto es, inerte y exánime. La literalidad del texto, que avisa de un asesinato, acaba por dar sentido a la inusual posición del carácter intervenido por la reorientación tipográfica. El mismo recurso pero con diferente intención expresiva lo tenemos en este juego tipográfico compuesto por una sola letra y que alude, en modo anagrama, a la figura del austríaco Sigmund Freud, padre del psicoanálisis (FIG. III.2.7.7). El elemento del diván, un objeto tan recurrente a la hora de representar gráficamente la impedimenta psicoanalítica, se sustituye aquí por la figura del sujeto psicoanalizado representado por el carácter /F/. Éste, único elemento de la composición, aparece en actitud de estar tumbado sobre un diván no existente pero sí percibido. Esa /F/, inicial del apellido del personaje, es el resultado de una recursión tipográfica de reorientación del carácter que además, y debido a la singular arquitectura del glifo en cuestión, presenta una característica que podría ser, o no, significativa del trabajo del austríaco. Nos referimos a la carga sexual que subyace obstinadamente en el fondo de sus teorías y de la cual, quizá, el vástago central del carácter /F/ pueda ser trasunto.

Una inversión vertical de varios caracteres del conjunto tipográfico con función semiótica la podemos observar en esta versión de cubierta editorial para la novela *Drácula* de Bram Stoker

(FIG. III.2.7.8), un clásico de la literatura de terror de 1897. El murciélago como alusión al vampirismo es un recurso expresivo del tipo *antítesis* en tanto este animal supone el revés de la paloma blanca alusiva al Espíritu Santo. Los afilados incisivos que luce en la novela el personaje del conde cada vez que es poseído por el impulso insaciable de su sed de sangre, quedan expresados mediante el sencillo expediente de la inversión de los dos caracteres /A/ del título de la novela que es también el nombre de ficción del personaje. Los dos caracteres, separados por un cierto intervalo de letras y con sus ápices apuntando hacia abajo son el trasunto de los incisivos del monstruo. El estrecho espesor de los glifos es un recurso semiótico que proporciona a los caracteres /A/ intervenidos la amplitud angular adecuada para potenciar el efecto incisivo de los elementos a los que alude. Y, por otro lado, el clasicismo de la fuente tipográfica utilizada podría hacer mención a los tipos clásicos romanos habituales en la edición editorial renacentista, teniendo en cuenta que Bram Stoker se inspiró para su personaje en la persona real de Vlad III, más conocido secularmente como Vlad Draculea, y que fue príncipe de Valaquia en el segundo tercio del siglo xv.

De nuevo una inversión de carácter, con otra intención comunicacional, aparece en este texto destacado en una página editorial de revista (FIG. III.2.7.9). El recuadro de texto, una *Fe de erratas*, recoge los errores tipográficos o de contenido aparecidos en el número anterior de la revista. El tratamiento tipográfico del título invierte el carácter /e/, asignándole una orientación errónea que le desdice del conjunto tipográfico. Y para, nunca mejor dicho, *subrayar* el efecto de localización que es objeto de ese texto destacado aparece bajo el glifo /e/ una delgada línea roja en zigzag ocupando el ancho del espesor del glifo, y que por su aspecto alude a las líneas de advertencia que en un software digital de procesamiento de textos avisa de las erratas, cuando se activa la función de corrección ortográfica.

En este logotipo de un local vienés de alquiler de bicicletas para itinerarios turísticos por la ciudad (FIG. III.2.7.10) el segundo carácter /C/ se encuentra intervenido por una recursión de reorientación. La corta distancia que lo separa de su homólogo, tan sólo un glifo los separa, y sus disposiciones especulares los asocian con el perfil de una bicicleta, objeto principal de la empresa. La intervención tiene una evidente base icónica pues su potencial comunicativo es deudor de la coincidencia gráfica entre las posiciones relativas de los dos glifos /C/ y las ruedas de un biciclo. Para acrecentar la distancia entre estos glifos y ayudar así al perfil reconocible del objeto al que hace alusión se ha intervenido el texto añadiendo una cuota extra de espacio en sus prosas, acrecentando los vacíos intercarácter y prestando de este modo al conjunto un

FIG. III.2.7.9

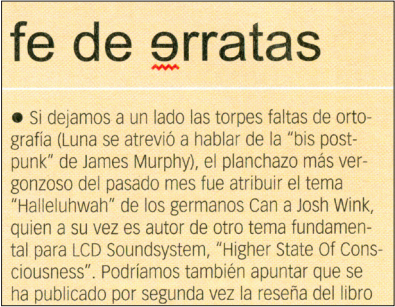


FIG. III.2.7.10



FIG. III.2.7.11

FIG. III.2.7.12



FIG. III.2.7.13



aspecto general más aireado y ligero que se acerca en cierto modo a los perfiles de esa actividad deportiva.

El logo de la revista *Marriage*, Matrimonio (FIG. III.2.7.11), es un trabajo de Herb Lubalin, un diseñador gráfico y tipógrafo estadounidense. El volteo horizontal del segundo carácter /R/ provoca el encaramiento especular con el otro carácter /R/ a su izquierda. La condición direccional del glifo permite, mediante la reorientación especular de uno de ellos, dicho encaramiento. Las astas inclinadas se unen entonces, fusionándose en íntima simbiosis, mientras que las respectivas cabezas se acercan la una a la otra hasta tocarse. Se trata de una intervención tipográfica del tipo de reorientación de caracteres singulares en la que la recursión de la forma del glifo intervenido alude desde una voluntad icónica al discurso del texto.

Un estupendo ejemplo de recursión tipográfica por reorientación de glifos individuales es este trabajo del diseñador Enrique Royo para las fiestas de San Fermín 2002 (FIG. III.2.7.12). En él las figuras de los toros se transmutan en una desordenada aglomeración de caracteres /F/ cuyas astas secundarias son a la vez las astas de los animales, mientras que los corredores aparecen como un conjunto de letras /S/ que huyen apresuradamente de los astados. Es una cita a uno de los momentos más significativos de las fiestas de Iruñea, el encierro. Los dos conjuntos de caracteres repetidos se sitúan en el cartel en un orden de lectura izquierda-derecha que coincide con el orden de las iniciales del santo que da nombre a la celebración. Por otro lado los colores utilizados son los emblemáticos de la propia fiesta, pero con los valores añadidos de función icónica que identifica el blanco de los caracteres /S/ con el color del atuendo tradicional de los corredores y el negro de las /F/ con el color de la piel del toro. Las reorientaciones de los glifos, conjuntamente con la repetición de los mismos, aluden a una multitud desordenada de elementos en movimiento aleatorio. La inversión horizontal de los caracteres /S/ indica la voluntad de huida de los mozos, de la misma manera que el giro levógiro de aproximadamente noventa grados, sobre su posición natural, de los glifos /F/ sitúan las puntas del astado al lado izquierdo, indicando así la dirección hacia la que se desplaza la muchedumbre tipográfica. Y por último, los discretos giros dextrógiros que presentan los caracteres /S/ son una figuración de la pose erguida y tensa de los corredores al huir de las astas del animal.

En este curioso trabajo tipográfico, el logo de una bebida refrescante (FIG. III.2.7.13), los dos primeros caracteres del nombre de marca se nos aparecen con el aspecto del emoticono de un guiño acompañado de una amplia sonrisa. Sin embargo los contornos tipográficos del texto no están intervenidos. El efecto se produce por el giro de noventa grados en sentido levógiro de

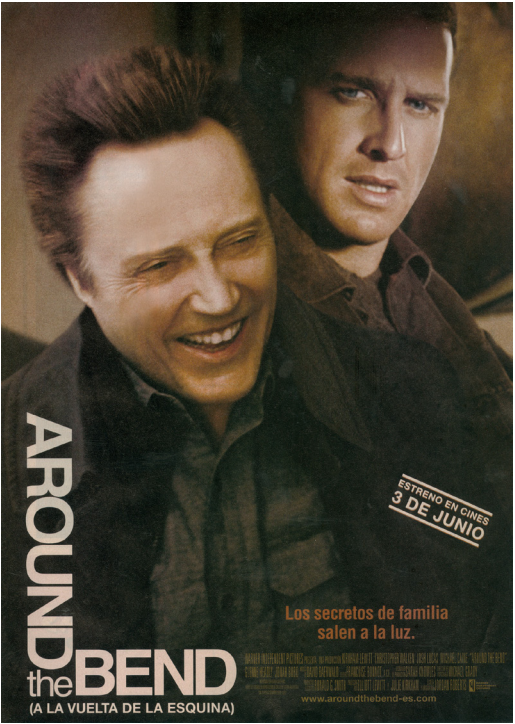
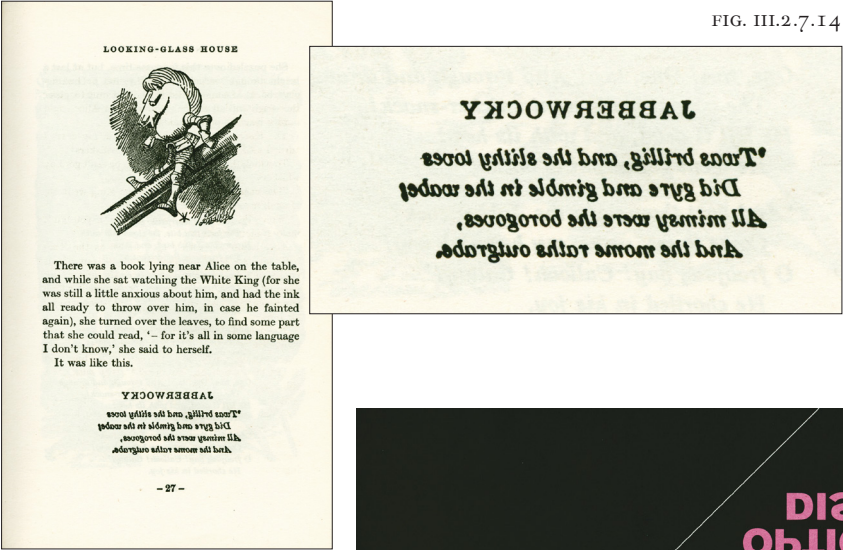


FIG. III.2.7.17

todo el conjunto tipográfico, que deja a esos dos primeros caracteres del texto en situación de semejanza con el citado emoticono. La apariencia de emoticono se potencia en gran medida por la separación del texto del logo en dos mitades a partir de una intervención cromática que divide en dos zonas el fondo de la composición y resalta la singularidad de los dos primeros caracteres. La utilización de una fuente de geometría simple, sin modulación y sin remates, facilita sobremanera la identificación de esa pareja de glifos con la imagen del emoticono en cuestión. El uso de emoticonos en las modernas telecomunicaciones, de uso extenso especialmente entre el público joven, le permite al producto dirigirse a éste con un, nunca mejor dicho, guiño de complicidad que a su vez declara en parte el perfil del target al que se dirige.

INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS POR REORIENTACIÓN DE CONJUNTOS DE CARACTERES

A diferencia de las reorientaciones singulares, que pueden afectar a un solo carácter o a varios de ellos, las intervenciones de reorientación pueden afectar a un conjunto de caracteres que se constituyan como unidad de significación. Es esta condición la que distingue la reorientación de un determinado número de caracteres singulares de la reorientación de un conjunto de ellos: la condición de unidad significativa del grupo de glifos intervenidos. Un texto puede estar compuesto por una cierta cantidad de caracteres y no todos ellos estar afectados a causa de la intervención por reorientación, y aun así tratarse de una intervención de conjunto siempre y cuando la facción de texto influida tenga entidad significativa.

En la novela de Lewis Carroll *Trough the looking glass*, A través del espejo, el personaje de Alicia atraviesa la membrana del espejo sobre la chimenea del salón de su casa y penetra en un mundo de fantasía. Al coger uno de los libros que yacían sobre la mesa éste se abre por una página que deja al descubierto un extraño poema cuyo texto se encuentra, como era de esperar, al revés. Pero lo interesante es que en las ediciones de la novela de Carroll la huella del texto aparece realmente invertida en sentido horizontal (FIG. III.2.7.14). En el conjunto de la página de nuestro libro real el texto del poema, del cual sólo vemos aquí la primera estrofa, se encuentra intervenido por una acción de reorientación del conjunto de caracteres, pues a pesar de que existe más texto en la página sólo el conjunto de letras que conforman esa estrofa se encuentra afectado por la intervención. Y dicho conjunto de letras supone, en el total del discurso de esa página, una unidad de significación independiente del resto. El efecto de sorpresa que provoca en el lector y las significaciones que supone convierten ese fragmento de página en la página de ficción que Alicia sostiene en sus manos y nos convierte a nosotros mismos en personajes protagonistas de una aventura imaginada.

En la muestra expositiva titulada *Dispositivos ópticos*, celebrada en el Centro Andaluz de Arte Contemporáneo, CAAC, de Sevilla en 2010 se presentaban una serie de propuestas contemporáneas que indagaban en los mecanismos de la visión y la influencia de éstos en la conformación de espacios. La página de portada del folleto de la exposición (FIG. III.2.7.15) incluía el título de la muestra mediante un texto cuyos glifos habían sido volteados verticalmente, en alusión a los mecanismos de reflexión de los procedimientos ópticos. Mediante esta intervención, que modificaba el aspecto de todos los glifos del texto titular previa recursión por reorientación del conjunto de los caracteres, se asociaban los contenidos de la muestra con el desusado comportamiento de los elementos tipográficos. Una intervención por reorientación similar presenta, aunque con unas significaciones bien diferentes, el conjunto de los caracteres de este rótulo comercial instalado en la fachada de un edificio sito en una céntrica calle de la ciudad de Sevilla (FIG. III.2.7.16). A diferencia del texto del folleto del CAAC, el rótulo comercial no ha sufrido una inversión sino un giro de ciento ochenta grados que ha afectado al total de los agentes de texto. Se trata de nuevo de una intervención por reorientación de un conjunto de caracteres. Pero no existe en este caso carga semiótica pues la finalidad del recurso es meramente la de atraer la atención del transeúnte por la extrañeza de la disposición del rótulo de identificación del local.

En el cartel de difusión para *Around the bend*, A la vuelta de la esquina (FIG. III.2.7.17), una producción cinematográfica estadounidense de 2004, el texto principal experimenta una recursión tipográfica por reorientación de un conjunto de caracteres. El texto afectado por la reorientación, *Around*, es tan solo una parte del total del grupo tipográfico pero su condición de unidad de significación independiente con respecto al resto de los caracteres justifica su inserción en este apartado. El texto ha sufrido el efecto de un giro dextrógiro de noventa grados quedando perpendicularmente dispuesto con respecto al resto de caracteres del titular. Por otro lado la disposición espacial del conjunto de texto con respecto al marco del soporte lo arrincona y deja en evidencia la presencia de la esquina inferior del cartel. De este modo el comportamiento tipográfico es vehículo del significado literal del discurso, adoptando el texto la apariencia que se declara expresamente en aquél. Esta segunda intervención por reorientación, que desplaza el rótulo a un extremo, se enmarca en el apartado de intervenciones por reorientación en referencia a los elementos de la composición, que analizamos más adelante en este mismo capítulo. La elección de la fuente tipográfica, de geometría reductora, sin remates ni arabescos,

de fuerte peso visual, de eje vertical y en caracteres de caja alta, ayuda a la percepción de una disposición en escuadra.

En este curioso rótulo *Turn, Giro* (FIG. III.2.7.18), el texto presenta unas recursiones singulares de sus glifos a partir de las cuales algunos de ellos parecen haber sido objeto de un giro de ciento ochenta grados. Por otro lado los glifos /t,u/ a la izquierda comparten algunas de sus astas, mientras que la letra /r/ se duplica, girándose una de ellas y compartiendo con su gemela el asta principal. Toda esta complicada ingeniería posibilita que si giramos el conjunto del texto ciento ochenta grados o, lo que es lo mismo, lo leemos desde el otro lado su apariencia y potencial de legibilidad son idénticos. En efecto la extraña apariencia del carácter /n/ que prolonga su asta derecha y la remata con un travesaño cruzado, permite tras el giro leer el tándem /t,u/. Este juego de duplicidades y reorientaciones del glifo da como resultado un conjunto tipográfico que actúa como un *palíndromo*, un recurso retórico que consiste en permitir que un suceso de carácter gráfico o literario mantenga su literalidad independientemente de su dirección de lectura. Idéntico recurso retórico, pero mucho más felizmente resuelto desde el punto de vista de la gráfica, está siendo aplicado en este rótulo comercial de una firma de moda y complementos del vestir (FIG. III.2.7.19). El logo puede ser leído desde dos direcciones opuestas, o lo que es lo mismo tanto si lo leemos en su posición natural o girado ciento ochenta grados. No se trata de un palíndromo literario pues la secuencia de caracteres no puede leerse igual en el sentido natural de lectura y en el contrario. Pero es un palíndromo gráfico, un curioso y raro espécimen, pues su forma es idéntica en cualquiera de sus dos posiciones de giro. El efecto se consigue mediante la inteligente intervención de los contornos tipográficos singulares de los glifos. Para conseguir que el carácter /y/ pueda ser leído como /h/ tras el giro, sus trazos inclinados se han enderezado verticalmente quedando unidos por un arco de asta que hará las veces de puente u hombro al ser leído como /h/. Y por otro lado el trazado del carácter /s/ se fundamenta en dos formas ovales idénticas, a diferencia de su arquitectura reglada que presenta su cabeza u óvalo superior de tamaño ligeramente inferior a la panza u óvalo inferior. Un interesante ejercicio de destreza tipográfica que además tiene para la marca una importante función de carácter pragmático pues en determinados soportes publicitarios que pueden ser coyunturalmente leídos desde una u otra posición, como las indianas aplicadas a pliegos de envolver, estampaciones en bolsas de plástico o papel, material de merchandising y un largo etcétera, el logo será percibido siempre en su correcta posición, conservando su legibilidad y duplicando así su potencial de difusión mediática.

turn

FIG. III.2.7.18

FIG. III.2.7.19

oysho

FIG. III.2.7.20

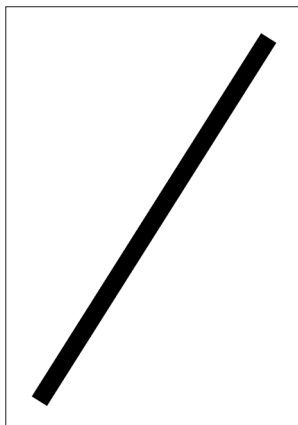


FIG. III.2.7.21

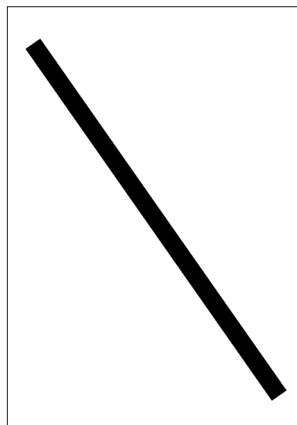


FIG. III.2.7.22

Tiempos del más allá

FIG. III.2.7.23

Tiempos del más allá

INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS POR UNA ACCIÓN DE ORIENTACIÓN ANGULAR

Cuando una parte o el conjunto total de los caracteres del conjunto tipográfico han sido objeto de un giro angular hablamos de una intervención tipográfica por acción de orientación angular. Las significaciones que acontecen en el texto vienen determinadas por la condición ascendente o descendente que presenta el texto girado, una condición que depende del sentido de lectura occidental izquierda-derecha. Sólo una recursión tipográfica es del tipo de orientación angular cuando el potencial semiótico depende de la condición ascendente o descendente que presenta el texto. Cuando los glifos se giran pero sus valores de significación añadidos no se deben a la dirección de la pendiente se tratará de un efecto de intervención tipográfica de reorientación, pero no del tipo angular.

En este gráfico (FIG. III.2.7.20) la inclinación de la línea produce un efecto ascendente determinado por el orden de lectura visual de la composición, de izquierda a derecha. Por el contrario, en este otro (FIG. III.2.7.21) la misma línea produce la sensación de un descenso provocado por dicho orden de lectura visual. Aplicado a un texto, la primera de las dos situaciones anteriores la encontramos en esta simulación de un diseño de cubierta editorial cuyo titular atraviesa de parte a parte en diagonal el marco del soporte (FIG. III.2.7.22). La temática de la obra promete el esclarecimiento de unos misterios provenientes de dimensiones sobrenaturales más allá de nuestro contexto vivencial cotidiano. La orientación del conjunto tipográfico proporciona una lectura ascendente en la dirección de la diagonal del marco. La promesa de rescatar los misterios insondables que subyacen ocultos en niveles infraterrenos haciéndolos aflorar a la superficie del conocimiento, esa especie de extraer algo soterrado procediendo a su levantamiento, ese ir desde abajo hacia arriba, es perceptible por la dirección ascendente en la que se construye el texto. Sin embargo esta otra versión de la misma cubierta, en la que el texto presenta una dirección tal que provoca un movimiento descendente (FIG. III.2.7.23) se construye a partir del segundo de los esquemas anteriores. La temática es la misma y la literalidad del texto no ha cambiado, pero si antes se nos ofrecía el levantamiento de lo oculto ahora se nos invita a penetrar en las profundidades de lo oculto atravesando la membrana entre lo real y lo misterioso. El valor de significación entre uno y otro ejemplo, de fundamento tan diferente, ha sido posible tan sólo por la reorientación angular del texto cuya línea de base se direcciona de una u otra manera dando como resultado un percepto diferente. Independientemente de la intervención por reorientación angular, la fuente tipográfica elegida, con cierto aspecto esotérico por el capricho arquitectónico de algunos de sus glifos, sugiere el contenido que se promete en la literalidad del texto. Y el

efecto de degradado lineal de oscuro a claro, de abajo a arriba respectivamente, indica de algún modo los niveles de conciencia entre los cuales se debate el titular.

Otra intervención tipográfica por reorientación angular la tenemos en una de las versiones del logotipo para la Junta de Andalucía diseñado por Alberto Corazón. En la versión estándar el logo, compuesto con un tipo de letra específicamente diseñado para esa institución pública, mantiene su línea de base en la dirección horizontal connatural a un texto (FIG. III.2.7.24). Pero en una versión secundaria del mismo logo (FIG. III.2.7.25) el diseñado ha reorientado la pauta escritora inclinándola según un ángulo ascendente de diez grados. El efecto es de ascendencia y las significaciones que aporta a este elemento de identificación corporativa, y por ende a la imagen mediática de la propia corporación son de eficiencia, progresión y resolutivez. Esa eficiencia es posible también gracias a la tensión de los caracteres que, al ascender la línea de base en la que se apoyan, inclinan hacia la derecha sus ejes arquitectónicos haciéndolos coincidir con la vertical. Pues de no haber sucedido así el glifo parecería retroceder, deslizándose en cierto modo sobre el plano inclinado y expresando así su incapacidad para superar el reto de la progresión. Al igual que ocurría en la segunda versión de cubierta en el ejemplo anterior, la línea en la que se apoya el conjunto tipográfico se lee de izquierda a derecha proporcionando un sentido ascendente al texto. Pero las significaciones que aporta el recurso en ambos casos son de naturaleza absolutamente dispar. Lo cual certifica que, como ya habíamos indicado explícitamente en otro lugar y se colige fácilmente de la multiplicidad de intervenciones analizadas hasta aquí, no existe nada parecido a una relación de equivalencia entre acción y percepto, entre una acción tipográfica concreta y un efecto perceptivo determinado. Lo cual, como también dijimos en aquella ocasión, no es óbice para el establecimiento de una metodología creativa que, de manera inteligente y premeditada, permita la elección de determinadas recursiones tipográficas que posibiliten la transmisión efectiva de los conceptos cuya transmisión se requiera. Una metodología proyectual que ensayaremos en el capítulo que seguirá a esta otra serie de capítulos en los cuales estamos tratando de intelectualizar la extraordinaria diversidad de la casuística recursiva en el ámbito tipográfico.

Otra recursión por reorientaciones angulares ascendentes-descendentes la observamos en este otro ejemplo, que ya vimos. Se trata de una simulación de carteles para una oferta comercial en el marco de una campaña fundamentada en la superación de la popularmente denominada *Cuesta de Enero*. Es evidente la rémora económica que suponen a corto plazo los gastos tradicionalmente irrenunciables del periodo navideño. Enero es el mes en el que esta rémora se manifiesta

con mayor insistencia y es también el mes, como sabemos, de las rebajas y ofertas comerciales. En el primer cartel (FIG. III.2.7.26) el plano inclinado sugerido por el trapecio de color naranja, y sobre el cual se asienta el texto principal, es lo suficientemente empinado como para presentar resistencia y dificultar al texto la subida. El sentido de lectura izquierda-derecha proporciona al texto un movimiento ascendente. Y la amplitud angular de la línea de base origina en el rótulo, resuelto con una fuente de eje vertical, un efecto de retroceso. Efectivamente, si se ha querido sugerir el esfuerzo que supone la superación de una situación económica adversa, el rótulo entonces la expresa con eficacia. Pero la invitación comercial a un consumo de bienes que aun en época aciaga sea, sin embargo, posible sin mayores consecuencias contrarias, no debería mostrar en su discurso gráfico precisamente la confirmación de aquello que tácitamente niega. En este otro modelo de cartel la situación ha mejorado precisamente por la verticalidad de los ejes de las letras (FIG. III.2.7.27), las cuales ya no se ven arrastradas hacia atrás por la fuerza de la gravedad y por la magnitud de la amplitud angular de la línea de base. Pero donde con mayor eficacia se percibe el beneficio de la campaña es en este tercer cartel (FIG. III.2.7.28) en el que el trapecio naranja ha sido volteado horizontalmente haciendo que la pendiente superior se incline hacia abajo, según el sentido de lectura de la imagen, y permitiendo al texto deslizarse sin esfuerzo por la cómoda pendiente en descenso. Una expresión exagerada, pero tremendamente eficaz, de las ventajas de un consumo supuestamente inteligente.

INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS POR REFERENCIA AL EJE CARDINAL

Estas intervenciones se producen cuando el texto intervenido expresa sus valores añadidos por efecto de su posicionamiento con respecto a sí mismo, cuando la cadena de caracteres afectada es una parte del conjunto tipográfico, o en referencia al marco de la composición. Para que una recursión sea de naturaleza cardinal su potencial semiótico debe derivar de su comportamiento propiamente cardinal. Es decir, si bien el ejemplo de cartel cinematográfico que ya vimos como perteneciente al segundo apartado de este capítulo (FIG. III.2.7.17) manifiesta una recursión que se referencia al marco compositivo, sin embargo su potencial semiótico no depende de su posición cardinal, puesto que la misma significación de esquina se habría conseguido independientemente de la ubicación cardinal en la que se hubiese situado el texto. Diferente es en ese sentido el ejemplo que viene a continuación. En esta simulación para la cubierta editorial de un libro cuya temática versa sobre sintomatología psiquiátrica (FIG. III.2.7.29) el título editorial presenta una recursión tipográfica especialmente evidente en las dos últimas palabras del conjunto, *la depresión*. La alineación del texto en justificación derecha y la distribución de estos dos vocablos

JUNTA DE ANDALUCÍA

FIG. III.2.7.24

JUNTA DE ANDALUCÍA

FIG. III.2.7.25

FIG. III.2.7.26



FIG. III.2.7.27

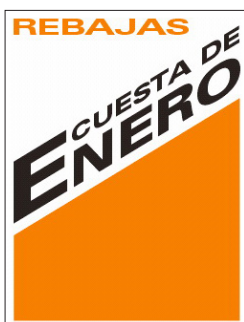


FIG. III.2.7.28



FIG. III.2.7.29



en dos líneas ocasionan una forma en esquina que se evidencia por su proximidad al ángulo del marco de la composición. En este sentido la manipulación del texto es muy semejante a la del cartel cinematográfico citado pero el potencial semiótico depende en este ejemplo editorial de su posición cardinal, pues al quedar ese fragmento de texto relegado al espacio inferior derecha del marco, arrinconado propiamente dicho y aislado del resto del espacio compositivo, le confiere un sentimiento de retiramiento, extrañeza y aislamiento que es afín a su literalidad. El ángulo inferior derecha, la última zona de lectura de la imagen, es la más adecuada para expresar ese extrañamiento. Se trata entonces de la intervención tipográfica de un número limitado de caracteres del conjunto cuya recursión es de naturaleza cardinal. Una segunda recursión cardinal se está produciendo en este titular y es la distancia sobredimensionada que existe entre la segunda parte del texto y la primera, *Patología*, resuelta con un extra de interlineado y que apunta, semióticamente, a la idea de aislamiento. Y la utilización de caracteres de caja baja para la segunda parte del titular, la que contiene lo esencial del discurso, es adecuada porque minimiza su presencia y la acerca a su literalidad.

En el texto *Arriba y abajo* (FIG. III.2.7.30) el contenido verbal se organiza de tal modo que no ofrece problema alguno para su ordenación visual. En tanto en cuanto la lectura izquierda-derecha y arriba-abajo de una imagen coincide con el orden sintáctico de los elementos semánticos en la frase, la ubicación cardinal apropiada de estos agentes de texto se soluciona por sí sola. Sin embargo pensemos por un momento que el texto a intervenir semióticamente fuese *Abajo y arriba*. Ahora la ordenación sintáctica no es favorable al orden natural de lectura de una imagen. Si empleamos la misma articulación que en el caso anterior, las posiciones de los vocablos entrarían en contradicción con sus significados. La posición cardinal del término *Abajo*, situado sobre el resto de la frase, se leería en primer lugar tal como se espera pero gráficamente produciría un conflicto de orden comunicacional. Existen varias soluciones, pero la solución cardinal, que requiere colocar en el espacio superior el término *Abajo* y en el inferior el término *Arriba*, obliga a la utilización simultánea de otras recursiones. En este gráfico (FIG. III.2.7.31) la disposición de los términos obedece a su significado literal, pero para conseguir que el término situado en último lugar según el itinerario visual de lectura se lea primero, se ha recurrido a reducir dramáticamente el cuerpo tipográfico del término *Arriba*, a la vez que su color de relleno presenta un tono agrisado que produce un menor contraste visual que el término ubicado inmediatamente bajo él. De este modo, a pesar de la inercia de lectura, la mirada se ve arrastrada hacia la zona inferior por el potente peso visual y el contraste del texto. Sólo una vez percibido éste la vista



FIG. III.2.7.30



FIG. III.2.7.31



FIG. III.2.7.32



FIG. III.2.7.33

se desplazará hacia arriba en busca del final de la sentencia. El desplazamiento hacia la derecha de este final de sentencia con respecto al texto inferior ayuda a este orden no natural de lectura, en el que la vista vulnera su normal itinerario merced a las recursiones ya descritas.

En este cartel callejero en el que se pide complicidad contra la alianza militar intergubernamental, la ubicación cardinal del término *Otan* hacia la derecha de la composición ayuda a la percepción del rechazo que se escenifica en el cartel. Unos personajes, ideológicamente identificados por las banderas que portan, se atrincheran sobre un sobreelevado *No* desde el cual arrojan con decisión el objeto de su protesta (FIG. III.2.7.32). Para comprobar la importancia semiótica del desplazamiento hacia la derecha del término *Otan* hemos trucado el cartel invirtiendo su cardinalidad y situando a la izquierda el elemento tipográfico en litigio (FIG. III.2.7.33). La percepción se altera hasta tal punto que los caracteres no parecen ahora caer al vacío arrojados desde el precipicio sino que aparentan no ya sólo estar pegados por una suerte de efecto de imantación a las manos de los personajes sino incluso estar dominado por una especie de impulso de ascenso que se enfrenta a la voluntad en contra que presentan aquéllos. Ese impulso de ascenso viene determinado por el efecto de lectura izquierda-derecha que hace que el texto, aun a pesar de sus giros y solapamientos, se apoye en una línea de base inclinada cuya amplitud angular y dirección provoca una percepción ascendente. Al contrario que en el cartel original donde la inclinación de la línea de base sugiere un movimiento en declive. Independientemente de la orientación de su inclinación, la posición cardinal del texto principal al comienzo o al final de la lectura visual, a la izquierda o a la derecha de la composición, influye en la percepción de una situación indeseada que la comunidad arroja con decisión por la borda.

INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS POR REFERENCIA A LOS ELEMENTOS COMPOSITIVOS

En ocasiones la direccionalidad de lectura depende de la manera en la que el texto se relaciona con los elementos participantes de la composición. Esta participación puede llegar a alterar el orden de lectura, modificando su cardinalidad. Es una alteración que afecta al discurso literal y que influye así obviamente en la percepción del mensaje.

En esta composición tipográfica puede leerse perfectamente el término *Pors*, que en el contexto de nuestra experiencia carece de significados (FIG. III.2.7.34). Lo leemos así por el orden natural de lectura mediante el cual la visión hace un barrido de la imagen comenzando por la parte superior del texto y finalizando por el otro extremo. En realidad el texto debe ser percibido como *Stop*, en alusión a un requerimiento señalético en el contexto del tráfico vial. Si contextualizamos el rótulo con una serie de elementos compositivos que lo ubiquen



FIG. III.2.7.34



FIG. III.2.7.35

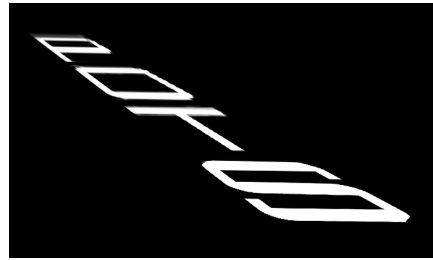


FIG. III.2.7.36



FIG. III.2.7.37

escenográficamente la dirección de lectura cambia radicalmente (FIG. III.2.7.35). Esos elementos escenográficos no son elementos gráficos de inclusión, esto es, no se trata de una recursión de naturaleza tipográfica. Pero la presencia de un contexto condiciona el sentido de lectura del texto hasta provocar incluso su inversión. Lo mismo sucede en este otro caso similar, en el que el texto, desprovisto de referentes visuales, se somete a la dirección natural de lectura (FIG. III.2.7.36) aun a pesar que el efecto perspectivo que presenta podría sugerir una dirección inversa. Si añadimos la escenografía (FIG. III.2.7.37) esa inversión lectora se produce con naturalidad porque constituye un paisaje que forma parte de nuestra experiencia cotidiana.

LIBRO III. ANÁLISIS Y CLASIFICACIÓN DE LA
CASUÍSTICA ESTRATÉGICA DE LA TIPOGRAFÍA

ACTORES DE LA SEMIÓTICA TIPOGRÁFICA
8. INTERVENCIÓN CROMÁTICA

EL COLOR ES UNA FUENTE fundamental de semiosis. La fuerza expresiva del color afecta en numerosísimas ocasiones al texto, interviniéndolo y añadiendo valores añadidos a su discurso literal. La casuística de las intervenciones cromáticas es tan diversa que es procedente una taxonomía. Por un lado la naturaleza de la intervención cromática puede tener un trasfondo icónico. Es el tipo de recursión cromática más evidente y se produce cuando el color con el cual se afecta la fuente, bien sea interna o externamente a ella, hace referencia directa al color del objeto al cual alude. El color puede también alterar la significación del texto por su potencial de sugerencia. Esto se produce cuando la propia apariencia cromática expresa significaciones en abstracto, desprovista de cualquier otra condición icónica, simbólica o de cualquier otra condición. En tercer lugar se encuentra el poder simbólico del color. Son usos cromáticos recurrentes que aluden por sí mismos a una suerte de situaciones estándares. Se trata de recurrencias cromáticas socialmente aceptadas, y que apuntan hacia determinados estados anímicos o a contextos o circunstancias específicas, en una suerte de encriptación o codificación del color. En cuarto lugar se encontrarían las intervenciones tipográficas cromáticas por convención. La frecuente utilización del color como signo convencional que expresa de manera acostumbrada una acción, circunstancia o sentimiento determinados, constituye este cuarto apartado que puede fácilmente ser confundido con el uso simbólico del color. Al igual que el color como signo simbólico, el color como signo convencional necesita de un consenso general para poder ejecutar sus funciones semióticas. Pero la diferencia entre uno y otro concepto, entre signo simbólico y signo convencional puede residir tanto en el proceso a través del cual el signo se ha constituido como tal, así como también en la magnitud de su alcance e influencia. Por un lado un símbolo se forja como tal por ser un elemento de comunicación que encripta una experiencia, hundiendo

sus raíces en el poso cultural de una sociedad que comparte avatares comunes. Por otro lado el símbolo, y precisamente por estos motivos, es entendido como tal signo de identidad por esa comunidad de individuos a la vez que, consecuentemente, queda asegurada la intensidad de su alcance y de su influencia. El signo convencional puede considerarse, sin embargo, como un recurso que si bien identifica una experiencia no lo hace mediante un consenso impremeditado sino mediante un acto volitivo, un acto de voluntad premeditado que proporciona a la comunidad de individuos que construye el signo un recurso para la comunicación. Digamos que mientras que el símbolo es impremeditado, surgido de las bases mismas de la sociedad, y expresión de sí misma, el convencionalismo es construido, voluntaria e interesadamente articulado en base a unas necesidades comunicacionales específicas. Esto precisamente reduce la intensidad de la influencia del convencionalismo con respecto al símbolo, el cual tendrá un potencial semiótico más intenso. En quinto lugar la fuente expresiva del color puede ser de naturaleza indicial. Es así cuando el color alude a una situación no expresa pero sí tácita, relacionada con él por razón de contigüidad.

Para entender mejor estas cinco situaciones recursivas de orden cromático pensemos en un color rojo intenso. Un uso icónico del rojo podría ser su alusión al color de la sangre. Así sucede en la composición tipográfica para el titular del filme *The Rocky Horror Picture Show* (FIG. III.2.8.1), donde tanto la conformación de los contornos tipográficos como el color del relleno aluden al elemento sanguíneo. Ese mismo color rojo, desprovisto de referentes icónicos, expresa tensión, dinamicidad, inquietud o alerta, entre otros muchos conceptos. En este caso el color se estaría utilizando por su valor de sugerencia, en abstracto. Pero si utilizamos el color rojo como referencia al amor, como tan comúnmente se hace por ejemplo en las celebraciones del día de San Valentín, estaríamos utilizándolo en el plano simbólico. Un ejemplo de utilización convencional del rojo lo tenemos en la señalética del viario urbano, todo un sistema semiótico que aúna los valores expresivos del color y de la forma para elaborar un sistema de comunicación que se acepta convencionalmente de manera irrenunciable en base a una necesidad logística social. En este caso el rojo es principalmente un signo convencional que expresa prohibición. Los usos cromáticos indiciales son menos frecuentes y quizás más difíciles de analizar. En cualquier caso cuando un color no se encuentra allí por sí mismo sino por alusión a un referente no explícitamente representado, podríamos entonces hablar de un uso del color de naturaleza indicial. Si pensamos en la palabra *Encendido* resuelta en un rojo intenso podríamos hablar de un uso indicial del color toda vez que la función del color es aquí indicativa de que una acción

de encendido se ha producido, aunque no esté explícitamente expresada. Ninguna de estas circunstancias de intervención tipográfica por el color es excluyente con respecto a las restantes. De modo que un texto podría presentar mediante una acción cromática concreta, esto es, con la participación de un solo tono, la participación de dos o más intervenciones cromáticas que partiendo de ese mismo color ampliaran su significación desde diferentes posiciones semióticas.

Además de estas cinco situaciones cromáticas, que son las más interesantes desde lo comunicacional, podríamos considerar también la presencia del color como un recurso que incide en la lecturabilidad del texto, alterando su discurso natural. A estas las llamaremos intervenciones cromáticas de orden literal. Y por supuesto también, tal como acabamos de decir en el párrafo anterior, la consideración de que el color es multifuncional en el sentido de su potencial semiótico. Por lo cual, y con cierta frecuencia, deberemos analizar la diversidad de las recursiones que presenta el texto así como la diferente intensidad de la influencia que cada una ellas ejerce sobre él.

La diversidad de la casuística de las intervenciones tipográficas de naturaleza cromática se resolvería entonces según la siguiente ordenación:

Acción semiótica por intervenciones tipográficas de orden cromático:

1. De carácter icónico
2. De carácter sugestivo
3. De carácter simbólico
4. De carácter convencional
5. De carácter indicial
6. De carácter literal

Para entenderlas mejor analizamos a continuación una selección de ejemplos de cada uno de estos subapartados.

INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS DE ORDEN CROMÁTICO Y CARÁCTER ICÓNICO

Un ejemplo claro de iconicidad cromática aplicada a la expresividad tipográfica lo tenemos en esta especie de logo de un popular personaje de animación (FIG. III.2.8.2). *Garfield*, que así se llama el personaje, es un gato amable y zángano, socarrón y entrañable. Su pelaje atigrado y pardo rojizo y su sobrepeso son una parte de su personalidad, la cual queda expresada tipográficamente en el logo. En efecto, el tono anaranjado en degradado lineal es una referencia icónica al tono del pelaje del personaje, y constituye una intervención tipográfica de orden

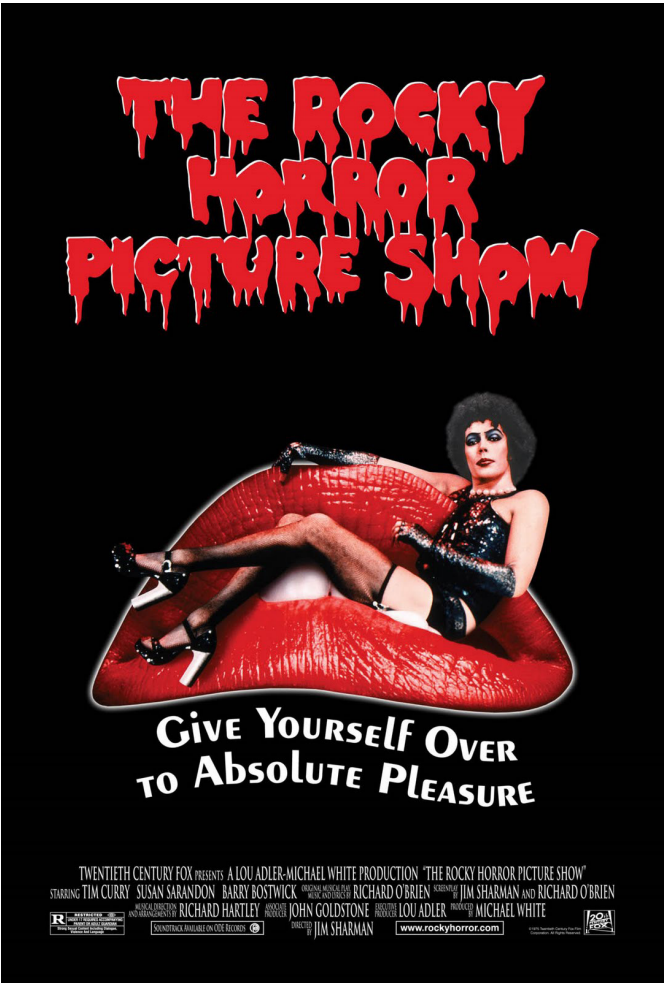


FIG. III.2.8.1



FIG. III.2.8.2

GREENPEACE

FIG. III.2.8.3

cromático y carácter icónico. Por otro lado, y mediante intervenciones de diferente naturaleza, tenemos el fortísimo peso visual debido al potente ancho del trazo de los caracteres y a su reducido contrapunzón, que son una alusión al sobrepeso del animal, una parte fundamental de su perfil visual. La robustez de Garfield se expresa también mediante la reducción del track, por la cual el espacio intercarácter se minimiza, cobrando el conjunto solidez. El felino de ficción ha exhibido ya recurrentemente en sus numerosas apariciones cinematográficas, que no han sido pocas, una personalidad basada en un *superego* sobredimensionado. Esta condición de su personalidad queda tipográficamente traducida por el empleo de caracteres de caja alta y por el uso de una fuente de severa geometría. En los dos caracteres de los extremos /G,2/ el color de relleno se acompaña de un sintético efecto de textura consistente en trazos lineales de color pardo oscuro que señalan al pelaje del gato y acercan el diseño del logo a su propia apariencia. De manera que el conjunto tipográfico del logo se transfigura, mediante el expediente de una serie de recursiones semióticas, en el personaje mismo objeto de difusión.

En el logo de la organización no gubernamental de carácter ecologista *Greenpeace* (FIG. III.2.8.3) el color verde es un recurso de intervención de carácter icónico en tanto alude al verdor de la naturaleza, metáfora de vida y energía. Pero también el verde tiene aquí una función semiótica de carácter convencional, siendo el verde un color que de manera recurrente se ha empleado para expresar aquello que está permitido, que es accesible, el verde como sinónimo de libertad. El carácter icónico y el convencional se unen entonces en este logo, desde lo cromático, para sumar sus valores de naturalidad y libertad y cargar de contenidos el conjunto tipográfico. Además de los recursos cromáticos, otros de naturaleza estrictamente tipográfica se están empleando aquí. La fuente utilizada, una manuscrita de carácter espontáneo, expresa con la caótica e indeliberada arquitectura de sus glifos un carácter de impronta, furtividad; un perfil franco, fresco y desenvuelto que forma parte de la imagen mediática de la corporación. Para incidir en el tono de espontaneidad los tres glifos /E/ presentan un comportamiento gráfico diferente. Las fuentes manuscritas espontáneas denuncian con frecuencia, a pesar de su apariencia ágil y desenvuelta, la mecanicidad y premeditación de sus formas. Lo que en este caso se evita mediante el sencillo expediente de personalizar cada uno de los tres glifos del mismo carácter. A pesar de la jovialidad que expresa, el conjunto utiliza letras *versales*¹ con lo que al

1 El término *versales* tiene la misma significación que el término *mayúsculas*. Su uso proviene de la maquetación tradicional de las estrofas de un poema, comenzando cada línea con un tipo de caja alta.

IBERIA



FIG. III.2.8.4



FIG. III.2.8.5

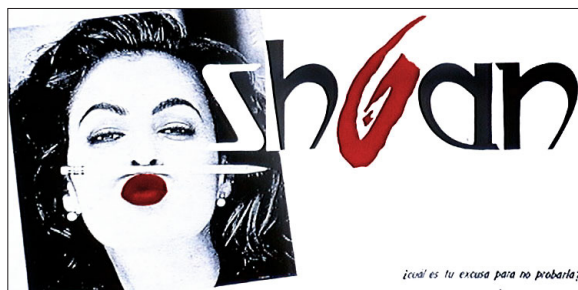


FIG. III.2.8.7

American Airlines



FIG. III.2.8.6

tomates

FIG. III.2.8.8

propio tiempo que declara complicidad y cercanía expresa firmeza y determinación. El aspecto fortuito se completa con la ligera superposición de las parejas de caracteres /N,P/, /P,E/, A,C/, /C,E/ que confieren a la composición tipográfica un aspecto desigual.

El nuevo *imagotipo*² de *Iberia*, una compañía aérea española (FIG. III.2.8.4), ha mantenido como colores corporativos los mismos tonos que el logo precedente y que son los de la enseña nacional, rojo intenso y amarillo gualda. La intervención es por tanto cromática de carácter icónico, por el referente a un elemento reconocible del contexto experiencial. En tanto que los colores del logo se apoyan en el referente de la bandera nacional para expresar la procedencia de la corporación, la recursión tiene un carácter de iconicidad. Un asunto muy diferente es que el uso de esos colores en la propia bandera tenga un significado simbólico que se asocia con la trayectoria histórica del país. Pero no es ese simbolismo el que está actuando en el caso del logo de la compañía aérea, sino el punto de referencia de los colores de la bandera por alusión a la nacionalidad. No es baladí insistir en ello, pues a veces las recursiones tipográficas que utilizan como base referencial un signo-símbolo existente pueden no hacerlo utilizando la carga simbólica del signo sino como referencia al estatus de representatividad del cual dicho signo-símbolo participa. Es éste un caso recurrente de confusión que obliga a reflexionar sobre los signos cuando, más allá de sí mismos, son utilizados como base referencial para otros signos, proceso en el cual los significados del signo de origen pueden sufrir alteraciones. El aspecto de la fuente tipográfica, de menor dinamicidad que la del logo anterior pero más amable, reduce la severidad de su aspecto original mediante la suave curvatura de los contornos de sus astas. El aspecto elástico y dinámico, sin embargo, junto con un agradable efecto tridimensional, se consiguen mediante los degradados lineales que afectan tanto a la fuente como a los elementos gráficos que la acompañan.

En el cartel para la película *Dracula, de Bram Stoker* (FIG. III.2.8.5) el texto titular está intervenido según una recursión cromática de carácter icónico. El color rojo hace alusión efectivamente al color de la sangre, elemento fundamental en el argumento del filme. Esa iconicidad está acompañada de una recursión de los contornos tipográficos singulares de los elementos de texto cuyas siluetas sugieren el efecto de estar escritas con una sustancia de densidad y contextura similar al elemento sanguíneo. Atendiendo a un posible carácter sugestivo de la intervención, el

2 Un *imagotipo* es un elemento de identidad de primer orden de una corporación o circunstancia publicitable. Se compone de dos elementos. Por un lado el *logotipo*, o nombre de marca con una grafía que lo personaliza, y por otro la *marca gráfica*, un grafismo que representa dicha marca.

rojo apunta hacia el terror, la tensión y la pasión; elementos que son también ingredientes de la historia que se narra.

Al igual que el imagotipo de la aerolínea *Iberia*, la compañía aérea estadounidense *American Airlines* ha remozado el aspecto de su logo identificador (FIG. III.2.8.6). De igual modo que ocurría en el caso de la española, la estadounidense gana con el nuevo diseño en amabilidad y cercanía. Aun así los colores utilizados son básicamente los mismos, el rojo y el azul; esto es, los colores de la enseña nacional estadounidense. Pero independientemente de los valores simbólicos de los colores utilizados en la bandera de los Estados Unidos, la referencia por el color del logo alude tan solo a la nacionalidad de la corporación, razón por la cual el recurso cromático es aquí de carácter plenamente icónico. La tipografía utilizada tiene un espesor ligeramente mayor que la del antiguo logo y un menor peso visual. Circunstancias que le prestan un aspecto más ligero y volátil, de mayor transparencia. Las formas se simplifican y modernizan, como en el arranque y en la panza del carácter /A/. Y los contrapunzones se abren, como en el trazo final del carácter /e/ o en el ojo interior de la /m/. El resultado es favorable con respecto al logo anterior y aunque los cambios son muy sutiles el aspecto general gana en confiabilidad.

En este proyecto de diseño para una valla publicitaria anunciadora de un perfume femenino (FIG. III.2.8.7) uno de los caracteres ha sido severamente alterado mediante una intervención tipográfica del contorno. Pero también mediante otra recursión cromática de carácter icónico. La iconicidad reside en el efecto del trazo del carácter /o/, que simula estar resuelto con un gesto producido por una barra de labios. El color rojo se remite así al color por excelencia de una barra de labios, referencia que se apoya en el color rojo intenso de los labios de la modelo en la fotografía, que destaca en el paisaje de grises en que la imagen está interpretada. Por otro lado el resto del texto también está intervenido con unas formas que por su extrañeza y dinamicidad expresan bien el carácter de elegancia y glamour del producto.

El rótulo *tomates* (FIG. III.2.8.8) no deja lugar a dudas, en su literalidad discursiva, sobre el objeto de su referencia. Los colores rojo vivo y verde acompañan desde el croma esa literalidad y la expresan visualmente. A diferencia de los casos anteriores el color rojo, el más significativo de la composición, actúa sobre el texto desde el exterior de sus contornos, pero acompañándolo e influyéndolo de tal modo que forma parte integrante de él. El verde sin embargo se integra en el propio conjunto tipográfico tiñendo con su croma la línea de subrayado que discurre bajo él. Constituye una expresión de recursividad tipográfica en la que los propios elementos de la tabla de caracteres de la fuente ejercen su influencia semiótica, empleando recursos expresivos de tipo ortodoxo, pero aderezada con la participación del uso del color con una función de iconicidad,

pues el verde alude a la corona verdosa por donde el fruto se une a la planta y que con frecuencia lo acompaña. La iconicidad se extiende al color rojo, que representa el color natural de su variedad más común. Por otro lado la fuente elegida, un recurso interventivo de carácter específicamente tipográfico, al igual que la línea de subrayado, expresa por la apariencia de las formas de los glifos la complejidad del fruto. La profusión curvilínea presente en el conjunto de los caracteres y los perfiles ovales cercanos a las proporciones del círculo especialmente en los caracteres /o,e/ apuntan a la esfericidad del objeto en cuestión. El aspecto macizo y compacto del tomate se expresa por la reducción de los contrapunzones de las letras, y la suave sombra arrojada de los glifos sobre el fondo de color añaden al texto un efecto tridimensional que está en paralelo con el volumen del fruto. Es en este caso el uso del color, por tanto, un recurso tipográfico de naturaleza cromática con carácter de iconicidad.

Esta obra, que estuvo expuesta en la Feria Internacional de Arte Contemporáneo, ARCO, de Madrid (FIG. III.2.8.9), tiene como elemento principal un juego tipográfico que acompaña su discurso. La obra hace una reflexión sobre las sociedades del capitalismo y el poder del dinero. El término *Yes, Sí*, representa la aquiescencia generalizada con respecto al orden de cosas sobre la cual la obra reflexiona. Pero la palabra se constituye de signos no alfabéticos que representan la moneda de tres de las grandes potencias actuales, el *yen*, el *euro* y el *dólar*, que por la casualidad de sus formas conforman una expresión de asentimiento. Esto por sí solo constituye una recursión de tipo exclusivamente tipográfico, utilizando los elementos de la tabla de caracteres de la fuente empleada para conseguir un nivel aceptable de legibilidad. Un *Yes* que es un sí incondicional a la erótica del consumo. Una erótica que se completa con la imagen fotográfica a la derecha de la composición en la que una joven de aspecto satisfecho glorifica la palabra divina. Una especie de sacerdotisa entregada al culto de lo crematístico. El uso del color amarillo gualda para el texto principal se asocia con el color del oro, referencia internacional para establecer el valor del dinero, en lo que constituye una recursión cromática de carácter icónico.

INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS DE ORDEN CROMÁTICO Y CARÁCTER SUGESTIVO

El color puede actuar como agente semiótico mediante el potencial sugerente derivado de sus propiedades de tono, saturación y luminosidad. Ni la iconicidad, ni el simbolismo, ni el convencionalismo participan de esta propiedad expresiva del color que fundamenta su potencial semiótico en la capacidad expresiva del croma en abstracto.

En *Astérix. La zizanie*, Astérix y la cizaña, uno de los cómics de los populares héroes galos de ficción creados por el pincel de Albert Uderzo y la pluma de René Goscinny, el argumento

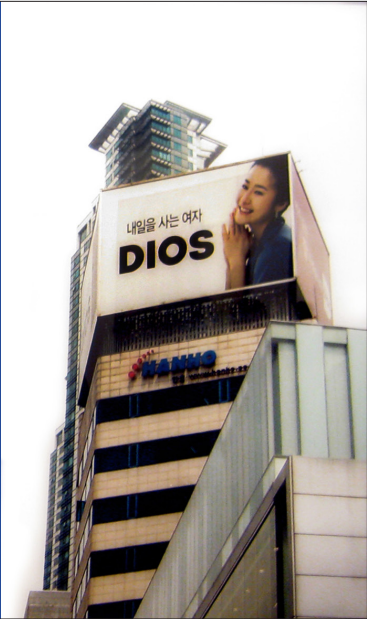
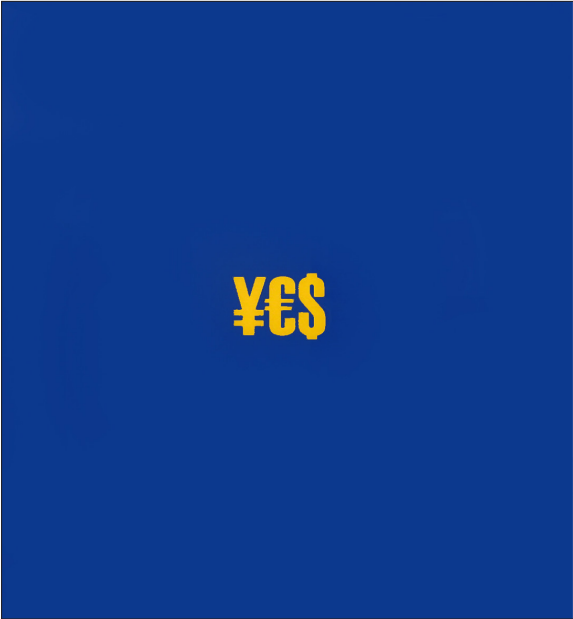


FIG. III.2.8.9



FIG. III.2.8.10

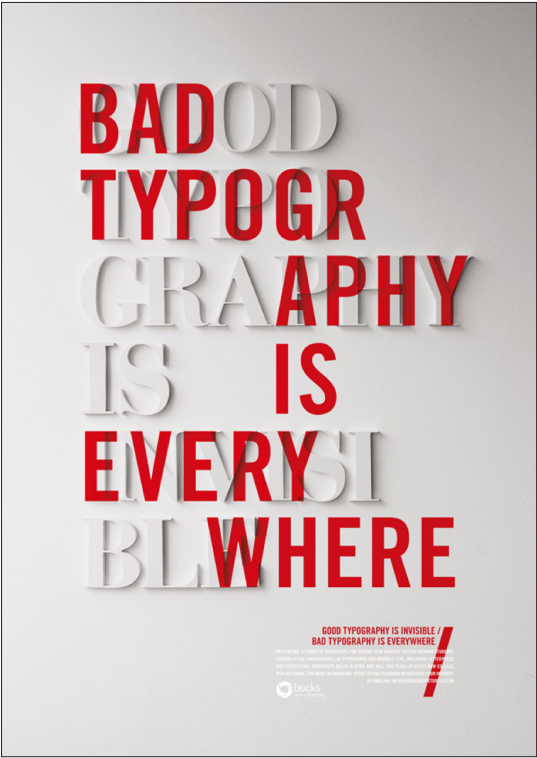


FIG. III.2.8.11

gira alrededor de la siniestra figura de un personajillo de mala catadura y aire avinagrado que allá por donde pasa contagia con su mala bilis al resto de los personajes en escena, sembrando el conflicto y la disputa. Además de por la actitud y la gestualidad de los personajes, la manera de expresar en el cómic la perniciosa influencia del personajillo en cuestión es mostrar el color del fondo del bocadillo del personaje afectado en un agrio color verde (FIG. III.2.8.10). Ese tono verde tiene, en el contexto de este cómic, un aspecto adverso que sugiere el tono bilioso en el que las conversaciones están dichas. Nada de iconicidad, simbolismo u otras funciones comunicativas, salvo la propia capacidad de sugerencia del color, están presentes aquí. El tono airado de la conversación se manifiesta también por la arquitectura de la fuente, que presenta cuerpos tipográficos mayores a la media y un fuerte peso visual, recursos interventores que se orientan hacia la percepción de un tono de voz elevado y malhumorado. Cuando la agitación llega a sus extremos las tipografías se deforman, dinamizando agresivamente su apariencia y afilando los ápices de los glifos y los encuentros de las astas declarando el efecto del nefasto contagio. Es este entonces un ejemplo magnífico del uso del color como recurso expresivo y carácter sugestivo en el que la capacidad comunicativa del color en abstracto aporta valores añadidos a los textos intervenidos.

En este magnífico trabajo de Craig Ward, un diseñador británico especialmente sobresaliente por sus composiciones tipográficas, el artista recrea en esta especie de manifiesto gráfico una declaración de sus posicionamientos sobre la mala y la buena tipografía (FIG. III.2.8.11). Tal como reza en el cartel *Good typography is invisible*, La buena tipografía es invisible, mientras que *Bad typography is everywhere*, La mala tipografía está por todos lados. La invisibilidad de la *Good typography* se expresa en el cartel mediante un tipo de corte clásico próximo a la arquitectura Bodoni resuelta en blanco sobre fondo blanco. Por supuesto de este modo la invisibilidad está asegurada pero para conseguir la legibilidad los contornos de las letras se insinúan mediante una suave sombra arrojada que da volumen al texto. Por otro lado el carácter negativo de la *Bad typography* se recrea mediante una fuente de aspecto severo, de geometría simplista, de potente peso visual y espesor estrecho cuyo color rojo está en función del carácter adverso que literalmente se cita en esa parte del texto. Tanto el blanco como el rojo están utilizándose con un carácter sugestivo. El hecho de que el texto en rojo disponga de una mayor visualización que el que permanece en el fondo denuncia el aspecto llamativo y grosero de la mala tipografía. Por supuesto Craig Ward debe estar aquí haciendo mención a los diseños tipográficos del tipo



FIG. III.2.8.12



FIG. III.2.8.13



FIG. III.2.8.15



FIG. III.2.8.14

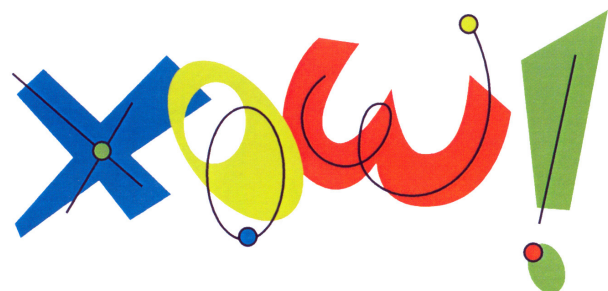


FIG. III.2.8.16

lectura, y no a los diseños de fuentes del tipo *display*, de la misma manera que lo hacía en 1955 Beatrice Warde en *The Crystal Goblet*, Una copa de cristal.³

Del mismo modo, con carácter sugestivo está siendo utilizado el color en el texto titular del cartel cinematográfico para el filme *Psycho*, Psicosis, una producción estadounidense dirigida en 1960 por el realizador Alfred Hitchcock (FIG. III.2.8.12). El tono amarillo intenso del texto apunta hacia la irritabilidad y lo siniestro. La popularísima escena de la ducha protagonizada por la actriz Janet Leigh está resuelta con una chirriante composición musical de fondo, de la cual el amarillo podría ser su trasunto cromático. Además de este uso sugestivo del color, el titular presenta otras intervenciones que expresan el carácter dramático del filme. Por ejemplo el desgarró que sufren las letras con una grieta que las atraviesa de parte a parte, quebrando su integridad natural. La enorme potencia del texto, conseguida a través de un notable cuerpo tipográfico y de una fuente de geometría castrense, se acentúa mediante el empleo de un grosor de astas generoso que les aporta peso visual e impacto. La tensión creada por el estrecho espesor de los glifos y la arquitectura ortogonal de las letras se suma a esta serie de intervenciones tipográficas con las cuales se transmite la esencia argumental del trabajo del realizador.

Por último en este apartado veamos este rótulo en el que se advierte con vehemencia de los riesgos de las actividades nucleares (FIG. III.2.8.13). El color rojo avisa, con la intensidad de la saturación de su cromatismo y su condición de color caliente, de la inminencia del peligro. El fuerte contraste del rojo con el negro del fondo endurece el tono visual del discurso. Tanto el uso del rojo como el negro, dentro y fuera del texto respectivamente pero ligados semióticamente a él, son recursiones tipográficas de orden cromático y carácter sugestivo. El empleo de caracteres de caja alta eleva el volumen de la dicción y la convierte en un grito. La seriedad de la imprecación se traduce gráficamente en el espesor estrecho de los glifos. Y en este sentido también se está utilizando una fuente del tipo *máscara*, cuyas interrupciones en determinados momentos del recorrido de las astas alude a un cierto tipo de fuentes de personalidad castrense.

INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS DE ORDEN CROMÁTICO Y CARÁCTER SIMBÓLICO

El símbolo es un signo que se referencia a situaciones y conceptos, pero aludiendo a ellos de manera indirecta. El uso del color con carácter simbólico, aun participando en ocasiones de los

3 El texto de *The Crystal Goblet*, fue originariamente una conferencia impartida por la británica Beatrice Warde a los miembros del gremio de tipógrafos en el St. Bride Institute de Londres en octubre de 1930. Posteriormente se editó en 1955 como publicación editorial. A lo largo del texto, pleno de enriquecedoras metáforas, Warde desarrolla sus tesis sobre cómo debían ser los usos tipográficos profesionales.

valores de iconicidad o sugestión, se presenta como signo-símbolo cromático desligado de cualquier vinculación con el aspecto real del objeto o situación de referencia, o independientemente de los valores de sugestión que pueda colateralmente comportar.

En este cartel tipográfico *Love*, para el día de San Valentín (FIG. III.2.8.14), el color rojo está siendo utilizado con carácter simbólico. El uso recurrente del rojo como referente de las pasiones humanas, ligado muy frecuentemente a la forma convencional de un corazón, ha sido común desde el medievo y su representación como signo simbólico de entrega incondicional se extendió en gran medida a partir de las representaciones alegóricas contrarreformistas de la Iglesia católica. La creencia ancestral de considerar ese órgano vital como receptáculo de los sentimientos más intensos y el propio tono de su carnosidad colaboraron probablemente en la construcción del signo-símbolo. En un contexto adecuado con unas referencias precisas el rojo actúa entonces como vehículo que proclama la intensidad de las pasiones humanas; y los referentes clave en este cartel tipográfico son tanto la literalidad del discurso, *Love*, como los elementos que lo sobrevuelan en forma convencional de corazón. El rojo es aquí por tanto un recurso tipográfico de orden cromático y carácter simbólico.

En *Fucking Hell*, Puto infierno, del artista Kendell Geers (FIG. III.2.8.15), Los tonos rojizo anaranjados del texto acompañan al discurso literal, aludiendo simbólicamente a los ardores de las llamas del infierno, y el uso del neón para la articulación de los contornos tipográficos supone el potencial lumínico de un color luz que está en sintonía con la característica de irradiación de luz y calor del elemento ígneo. Un efecto que se acrecienta con los bajos niveles de luminosidad ambiental de las salas en las que se expone la obra. Y, por otro lado, la rotundidad de los caracteres de caja alta y el gran tamaño de los caracteres magnifica el discurso.

Los altos niveles de saturación del croma provocan por lo general sentimientos de jovialidad y alegría. En ese sentido están siendo utilizados en el logo *Xow!* (FIG. III.2.8.16) y es un exponente fundamental de la brillante y explosiva apariencia del rótulo. Lo es también la combinatoria cromática, que salta inopinadamente de un punto del espectro a otro pero siempre con tonos de alta saturación. Los pequeños círculos de color que parecen deslizarse por esa especie de órbitas lineales que acompañan a cada glifo presentan también un color bien diferente al del carácter que sobrevuelan y ese contraste subraya la vivacidad del conjunto. Por otro lado las intervenciones locales del contorno tipográfico apuntan en la misma dirección, a través de la deconstrucción de la ortodoxia de los perfiles de los glifos, así como de los giros que presentan los ejes de algunos de los caracteres. La intensa jovialidad del texto se acompaña de un efecto

de dinamicidad que se deriva de la progresiva discontinuidad de los grosores de los trazos en los glifos /x,o,!/ además de un descentramiento del contrapunzón de la letra /o/ y una forma pronunciadamente elíptica de eje muy inclinado en ese mismo carácter y en el punto de la exclamación final. Los cortes con los cuales se rematan los extremos finales de algunas de las astas, en ángulo con respecto a sus ejes longitudinales, insiste en el efecto dinámico e imprime carácter y nervio al conjunto tipográfico.

En este anuncio de prensa de página completa para la promoción del filme *Vida y color*, una producción española de 2005 del realizador Santiago Tabernero (FIG. III.2.8.17), el uso del color presenta en principio las mismas características que el caso anterior. Las emociones intensas que se expresan en el filme se traducen en el texto titular a través de una recursividad cromática en la que destacan el uso de tonos de alta saturación y su combinación aleatoria en los glifos. La severidad argumental del filme, de corte dramático, queda expresada también en el texto a partir del uso de una fuente tipográfica austera, de geometría reductora, sin modulación y sin remates, de fuerte impacto visual por el grosor de sus astas, y de un espesor estrecho que le infunde una personalidad reservada que contrasta con la explosión cromática. Un ejercicio de emociones encontradas que es afín al tono agri dulce del filme.

INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS DE ORDEN CROMÁTICO Y CARÁCTER CONVENCIONAL

Las recursiones cromáticas convencionales aluden, como dijimos, a situaciones y conceptos que no se fundamentan en una referencialidad de naturaleza icónica, sino que apuntan a circunstancias cuyo reconocimiento no deriva de la experiencia directa del color, sino de su empleo con carácter de código. Para que el código sea efectivo ha de estar ampliamente aceptado por una comunidad de individuos receptores. En principio, como habíamos apuntando también al comienzo de este capítulo, sus funciones de signo parecen confundirse con las del símbolo, pero el potencial de significación de éste es superior a las del signo convencional. Mientras que el símbolo es un signo no premeditado que nace del fondo cultural compartido por una pluralidad de individuos receptores, el signo convencional es por el contrario un recurso intelectualizado, premeditado, que nace de la necesidad de establecer sistemas de comunicación mediática de amplio alcance.

El logo que representa la personalidad de la famosa muñeca de la compañía estadounidense *Mattel* (FIG. III.2.8.18), emplea un decidido tono rosado para identificar tanto la feminidad de la muñeca como la del público infantil al que va dirigida. El uso tradicional del color rosa para el elemento femenino y, como contrapartida, el azul para el masculino es un uso convencional

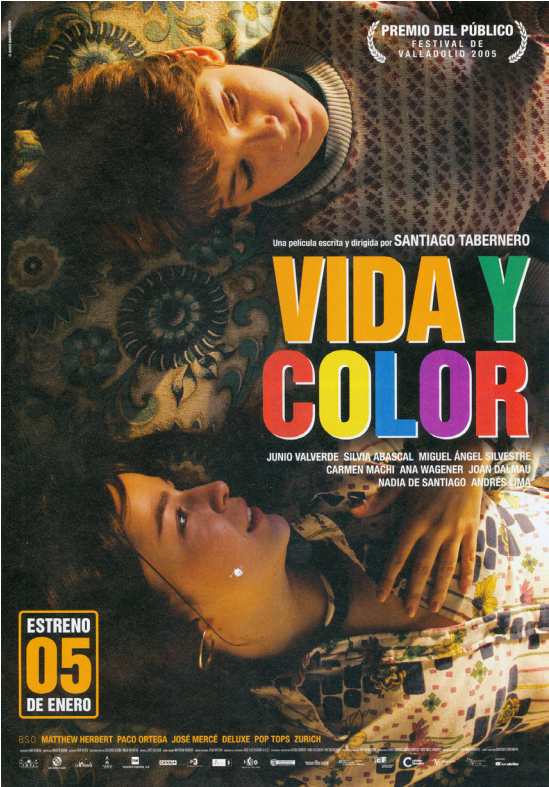


FIG. III.2.8.17



FIG. III.2.8.18

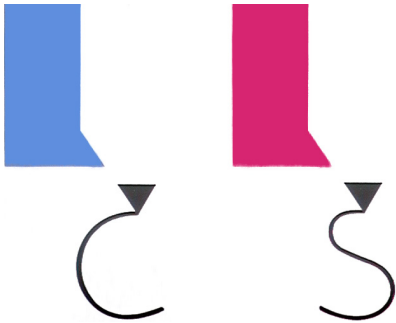


FIG. III.2.8.19



FIG. III.2.8.20

del croma que se emplea a menudo con ese carácter identificador para definir el género de los sujetos a los que se aplica, o la condición referenciadora de los objetos a los cuales afecta. El uso del color es aquí, por tanto, de carácter convencional. La condición de género está sugerida asimismo por el empleo de una fuente cursiva, de eje inclinado, que aporta feminidad al texto. Por otro lado, la fuerte cursividad que presentan los glifos derivada de la profusión curvilínea de sus trazos y el gesto espontáneo de los mismos, apunta hacia la misma condición. Del mismo modo se insiste en este punto con el uso masivo de caracteres de caja baja. En la misma línea se presentan estos dos gráficos (FIG. III.2.8.19), diseñados para identificar unos servicios públicos de señora y de caballero. El texto simula estar apareciendo de la punta de un lápiz que se sugiere a partir del triángulo negro y el toque de color que apunta al fondo y a la vez recorta el perfil del lapicero. Estos fondos están resueltos con planos de color que, al igual que el caso anterior de la muñeca, utilizan el potencial expresivo convencional del croma significando con el azul la condición masculina y con el rosa la femenina. La razón del lapicero estriba en que estos diseños se pensaron para unos servicios ubicados en una escuela de artes plásticas, donde ese instrumento es de uso común en todas las especialidades que se imparten en un centro de esas características.

En el proyecto de cartel para una campaña de concienciación social sobre consumo moderado de los recursos hídricos (FIG. III.2.8.20) la llamada al ahorro se manifiesta en plena literalidad, pero el objeto de la acción se significa mediante el énfasis de dos de los caracteres del conjunto tipográfico. La redimensión del cuerpo tipográfico, aumentando su talla por encima de la del resto, y la adición de un elemento numérico en formato subíndice describe la fórmula química del elemento agua, objeto entonces de la llamada a la contención. Pero desde el color la referencia al recurso hídrico se manifiesta por toda la superficie del cartel, externa e internamente a las formas tipográficas que se despliegan en él, por medio de los diversos tonos de azul. Podríamos pensar que se trata de un recurso tipográfico de orden cromático y carácter icónico, debido a la recurrencia del azul para la descripción de ese bien fundamental. Pero el agua, y en mucha mayor medida la experiencia visual que de ella tenemos como bien de uso cotidiano y fundamental, requiere un efecto de nítida transparencia que no está presente en el cartel. El color azul para la representación de ese elemento es absolutamente convencional toda vez que es evidente su cualidad incolora. Pero dado que en principio no es posible, desde una acción cromática, representar visualmente lo que no tiene color, se ha recurrido a un valor cromático convencional que se asocia con el agua. Es, por tanto, un recurso cromático de orden convencional. La inclinación ascendente de la línea de base del texto puede hacer alusión al efecto positivo

que se desprenderá de la consecución del esfuerzo. La llamada de atención sobre el problema se magnifica por el uso de letras mayúsculas, de severa geometría y sin florituras ni rodeos, de fuerte peso visual y con un track intercarácter muy estrecho que aglutina el conjunto y le aporta a la dicción un efecto especial de solidez. Y, finalmente, el cuerpo tipográfico elevado por encima de la media en los caracteres /H,O/ concentra la atención sobre el objeto del discurso.

En el texto del slogan *Limpieza y frescor*, que muy bien podría ser utilizado para cualquiera de los productos de limpieza normalmente utilizados en el hogar (FIG. III.2.8.2.1), tanto la forma como el color añaden valores de significado que enriquecen la lectura de la mera literalidad del discurso. El color azul como sinónimo de frescor e higiene es un uso recurrente que se ha convertido en un recurso convencional que, en el contexto adecuado, indica cualidades de saneamiento y pulcritud. Y no sólo en la iconografía mediática actual sino también en los códigos expresivos antiguos el azul ha sido de manera insistente el medio cromático para expresar circunstancias de pureza y de virginidad. Esa utilización premeditada y socialmente aceptada del azul, en sus niveles altos de intensidad lumínica, lo convierten en una recursión de orden convencional. A ello se añaden, en esta rotulación, otras recursiones. Como por ejemplo la fuente elegida, con una altura de x elevada, un fuerte contraste de modulación, una fuerte presencia de gestos curvilíneos y unos remates de gran tamaño que personalizan la fuente aportándole un carácter jovial, amable y empático. La doble curvatura de la línea de base, sobre la cual las letras parecen deslizarse alegremente, y la progresiva variación del tamaño del cuerpo tipográfico, son efectos que dinamizan la apariencia de la composición tipográfica. Una dinamicidad que se expresa también tanto en la cadencia de los ritmos de modulación de los trazos como en la propia arquitectura de los glifos.

En estas dos versiones del logo comercial de una conocida marca de tabaco (FIG. III.2.8.2.2) los colores se comportan de una manera muy clara a modo de código que identifica las propiedades de la variedades en las que se expende el producto. Mientras que convencionalmente el rojo identifica a la modalidad de tabaco más suave, propiamente conocido como *rubio*, el azul es el código que representa la versión dura del mismo, el conocido como *negro*. Nada en las propiedades sugestivas de estos dos tonos los asocia con esas propiedades, pero en el ámbito de las tabaquerías aluden sin ambages a estas variedades del producto. La codificación del color en el contexto del tabaco es un medio expresivo que se utiliza con precisión, lo cual no está exento de situaciones de paradoja que sin embargo son aceptadas por el usuario, que por lo general no percibe la contradicción. Por ejemplo la variedad de tabaco rubio de la marca *Pall*

Mall (FIG. III.2.8.23) se significa con el color rojo mientras que la variedad *light*, suave, lo hace con el color azul (FIG. III.2.8.24), un código de color que es común a muchas marcas de tabaco. Consecuentemente vemos que en este contexto existe un uso codificado, o lo que es igual, convencional del color azul para expresar dos circunstancias bien distintas que incluso pueden considerarse antagónicas; por un lado el tono azul para expresar una versión suavizada del producto, como en el caso de *Pall Mall*, y por otro lado el mismo código de color para expresar la versión dura, como en el caso de la marca *Ducados*. En cualquier caso, e independientemente de la curiosa paradoja, la utilización del color en estos casos es de orden convencional.

Cuando en su momento se lanzó al mercado el automóvil *Twingo*, un modelo de la firma francesa Renault, tanto sus prestaciones como su reducido formato iban dirigidos a un *target*⁴ muy definido, un público joven con poder adquisitivo moderado y con una idiosincrasia estética específica (FIG. III.2.8.25). El modelo se distribuyó en una muy extensa gama de colores, algo inusual en esos momentos. Sus tonos, vivos y alegres, reflejaban la animosidad jovial de su público y la firma justificaba la amplia carta de colores desde el punto de vista de ofrecer cobertura a los gustos personales de ese target. Es esta última circunstancia la que explica en el anuncio la presencia de la simpática figura del camaleón como signo de adaptabilidad extrema, habida cuenta de la cualidad de este animal para transformar su apariencia visible según el contexto en el que se encuentra. De este modo el auto adquiriría así simbólicamente unas propiedades de adaptabilidad que eran parte del discurso mediático con el que se anunciaba a su público objetivo. Los variados fondos de color que presentan cada uno de los glifos del texto al final del anuncio componen un panorama diverso y versátil que expresa, mediante su extensa combinatoria, la versatilidad del vehículo. El color es aquí un recurso cromático que, de modo convencional, alude al concepto de adaptabilidad. Por otro lado la identificación de la figura del camaleón, y el discurso que conlleva, con el propio vehículo se establece mediante la amplia extensión de amarillo que el animal presenta en su zona ventral y el también color amarillo con el que se presenta el vehículo.

En el ámbito de la señalética los colores también significan, desde lo convencional, determinadas acciones o situaciones que han de ser asumidas de inmediato por el usuario a partir de un código cromático común y extensamente admitido. Por ejemplo el uso de los colores rojo y

4 En el ámbito del marketing publicitario, *target* hace referencia a un público que es el objeto hacia el que apunta la estrategia de una ofensiva mediática de persuasión.

limpieza y frescor

FIG. III.2.8.2.1



FIG. III.2.8.2.2



FIG. III.2.8.2.3



FIG. III.2.8.2.4



FIG. III.2.8.2.5



FIG. III.2.8.26



FIG. III.2.8.27

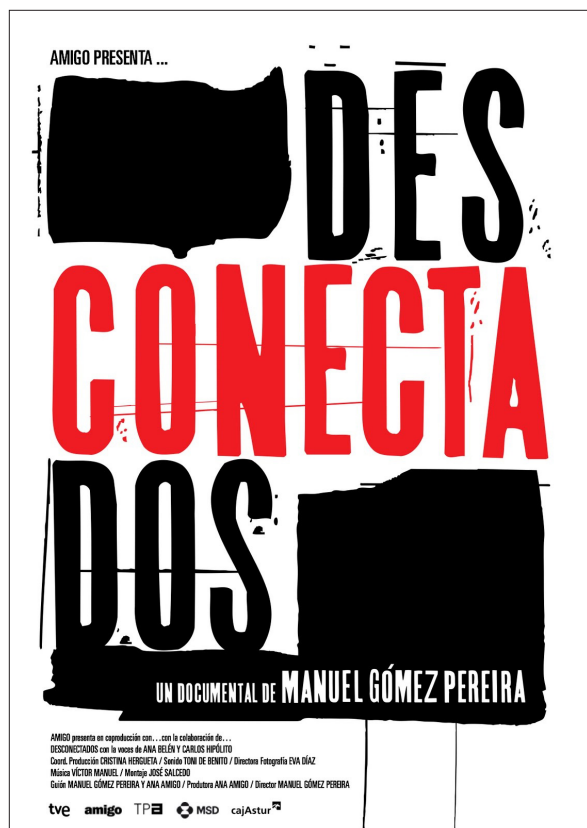


FIG. III.2.8.28

verde para comunicar prohibición y permisión, respectivamente (FIG. III.2.8.26). En el cartel de *Completo*, el mensaje tácito que impide el acceso al recinto se expresa recurrentemente mediante una gama tonal que va desde el naranja al rojo, más cercano comúnmente a este último color. Por el contrario la permisividad se significa muy a menudo mediante tonos que van del azul al verde, mucho más frecuentemente con colores más cercanos a esta última tonalidad. Ese código de color ha sido utilizado en esta simpática campaña de concienciación para mantener limpia la ciudad (FIG. III.2.8.27), y que recorría las calles de Viena en el verano de 2013. Una ciudad que, en justicia, se significa como uno de los espacios urbanos más limpios de Europa. La campaña aparentaba ser una intervención casual de los elementos señaléticos de su paisaje urbano, por su semejanza tanto literal como gráficamente con las señales de tráfico regladas. El color rojo significa aquí, desde lo convencional, una llamada de atención hacia lo no permitido. El texto *Stop*, que se presenta en una grafía de aspecto furtivo tanto por la fuente utilizada, una manuscrita de carácter espontáneo, como por una intervención de los contornos singulares que simulan un acto de escritura contracultural, alude a una toma de conciencia de los espacios públicos. Y lo hace desde la complicidad y la empatía, pues tanto la amable y cercana arquitectura del texto como la sustitución del carácter /O/ por una forma en corazón así lo declaran.

INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS DE ORDEN CROMÁTICO Y CARÁCTER INDICIAL

Los signos de carácter indicial aluden a situaciones que no están presentes en la composición pero que se vinculan a dichos signos mediante una relación de contigüidad. El uso del color puede entonces apuntar a circunstancias no tácitas pero sí implícitas mediante el recurso del correlato.

En el cartel cinematográfico del filme *Desconectados* (FIG. III.2.8.28), una producción española de 2010 dirigida por el realizador Manuel Gómez Pereira, el texto titular se encuentra dividido en tres secciones situadas cada una de ellas en una línea de texto diferente. De este modo el fragmento central del discurso se presenta como un vocablo que al cobrar cierta independencia obtiene significación literal propia. Para subrayar esa independencia discursiva los glifos se tiñen de color rojo, estableciendo así un aparte con respecto al resto de los glifos del título. Ese color rojo, en el contexto de la literalidad del título, alude a un efecto de conexión, de encendido, de estar en posición *on*, que sin estar presente gráficamente se percibe mediante el uso del color rojo, un valor cromático que expresa en este contexto un valor de actividad, en contraposición al *no color* como significación de lo inactivo. Ese no color está presente en el resto de caracteres del título. El dramatismo presente en el filme se traduce tipográficamente mediante la resolución

del texto en caracteres de caja alta con un espesor muy estrecho y un cuerpo tipográfico muy elevado. Y la ruptura deconstructiva de los contornos de los glifos expresa asimismo el daño y la inquietud de los personajes que desfilan a lo largo del filme.

En esta simulación de logo para un producto farmacéutico contra el picor, *Cabosan* (FIG. III.2.8.29), la apariencia del texto es lo suficientemente explícita como para expresar por sí misma el efecto de irritación e incomodidad que acompaña a la situación a la que se apunta en el texto bajo el logo. Todas las recursiones tipográficas, que no son pocas, presentes en el texto aluden a una situación que si bien no se muestra visualmente sí se sugiere suficientemente, señalando entonces hacia una circunstancia que se relaciona con la apariencia del texto por relación de contigüidad. El color, un degradado lineal desde un amarillo encendido a un rojo anaranjado, es vehículo de expresión de la sensación de irritabilidad implícita en el acto del escozor. Los tonos calientes son evidentemente más adecuados para sugerir irritación que los tonos fríos, más amables y aliviados. Por otro lado la arquitectura de los caracteres se ha deconstruido. Las astas presentan un grosor progresivo de las astas que las dinamiza. Y la distorsión arquitectónica, que provoca además ángulos agudos en los encuentros de las astas, incomoda la letra y la violenta. Los diferentes cuerpos tipográficos ayudan al efecto caótico general, así como los giros aparentemente casuales de los ejes de los glifos. Y el uso de caracteres en mayúscula determina la potencia y la gravedad del daño. Si observamos ahora esta segunda simulación de logo para el mismo producto, el efecto es absolutamente diferente (FIG. III.2.8.30). La sensación ahora es de alivio y relajación. La fuente tipográfica no se ha distorsionado. Sus espacios de track no han sido violentados. Su aspecto curvilíneo denota suavidad y amabilidad. El uso de caracteres en minúsculas minimiza el drama y el amplio ojo medio de la fuente, con astiles ascendentes muy reducidos, le da un punto de amigable complicidad. La suave sombra arrojada la hace ingrátida, ligera y volátil; y el efecto difuminado de la sombra le aporta al texto una mayor suavidad. Y por supuesto el color, un azul pastel con un buen nivel de luminosidad, expresa sensación de bienestar. Estos dos logos expresan una situación indeseada, pero lo hacen cada uno desde diferentes posicionamientos. El primero lo hace desde el problema y el segundo desde la solución. El primero describe gráficamente la situación que ha de ser corregida y el segundo describe los beneficios de aplicación del producto en cuestión. Ambos logos aluden a la circunstancia que se cita literalmente en el texto a sus pies, pero ninguno de ellos la explicitan sino que la señalan indicialmente, creando una relación de contigüidad entre ellos y el problema en cuestión.

CABOSAN
CONTRA EL PICOR

FIG. III.2.8.29

cabosan
alivia el picor

FIG. III.2.8.30

INVICTUS
GAMES
LONDON 2014

FIG. III.2.8.31

REPORTAJE
[05]

Lacunadelexilio

Un total de 597 niños, la mayoría hijos de republicanos españoles, nacieron en una maternidad de la localidad francesa de Elna entre 1939 y 1944. Una joven maestra suiza, Elisabeth Eidenbenz, creó allí una isla de humanidad en medio de una Europa en guerra. Por **Lola Huete Machado**.




EL EDIFICIO Y SU DIRECTORA. El palacete de Bardou, en Elna, fue convertido en maternidad en 1939 por Elisabeth Eidenbenz (derecha, junto a uno de los niños; debajo, en la actualidad); allí dieron a luz muchas españolas internadas en los campos franceses.

Dicen que dio la vida a 597 niños, la mayoría hijos de republicanos españoles. Que los libró de la muerte. Por eso, 32 ayuntamientos, varias asociaciones y universidades catalanas solicitan para ella la Cruz de Sant Jordi. Dice que es generosa, discreta; que nunca creyó que aquello fuera mérito suyo. Suena una voz enérgica al otro lado del teléfono, en Viena. "No fui yo. No fue mérito mío. Yo sólo fui una pieza más del engranaje", se oye decir casi inmediatamente. "Todos, las enfermeras, las madres, los miembros de mi asociación y de otras... Todos lo hicimos posible en ese tiempo tan difícil, entre una guerra reciente en España y una segunda aún más dura en Europa". Habla con gusto Elisabeth Eidenbenz (92 años, suiza) del periodo entre 1939 y 1944, cuando ella, una joven maestra, comprometida, optimista, que trabajaba para la Asociación de Ayuda a los Niños en Guerra, sacó adelante un proyecto humanitario muy poco conocido: dirigió una maternidad en Elna, un pueblo del suroeste de Francia. Buscaba y recogía a las embarazadas de los campos de internamiento habilitados por los franceses para el medio millón de republicanos obligados al exilio; esa masa humana que salió en forma desesperada de España entre el 27 de enero y el 12 de febrero de 1939 empujada por las tropas franquistas. Elisabeth las llevaba a parir a su casa, las cuidaba; les insufaba energía, ganas. "Mi mayor satisfacción es que el lugar se convirtiera en una isla de paz en medio del infierno; en una bombona de oxígeno para tirar hacia adelante, para seguir viviendo", dice. Y la imaginamos con el pelo blanquísimo y corto, las gafas sujetas con cordones, la piel sonrosada, los ojos bien vivos, tal y como se la ve en las fotos actuales. "Físicamente no me puedo quejar; y afortunadamente mi cabeza sigue en orden", se ríe.

FOTOGRAFÍA: ARCHIVO ELISABETH EIDENBENZ

EPS 27

FIG. III.2.8.32

INTERVENCIONES TIPOGRÁFICAS DE ORDEN CROMÁTICO Y CARÁCTER LITERAL

En ocasiones el uso del color en el texto provoca lecturas colaterales en él. No se trata entonces de los valores añadidos por iconicidad, simbolismo, etc., que puedan derivarse de su presencia, aun cuando éstas puedan estar colateralmente implícitas, sino de los valores que esa lectura pueda añadir al texto primordial.

El logotipo para los juegos *Invictus Game*, celebrados en Londres en 2014 y organizados por The Royal Foundation (FIG. III.2.8.31) es el signo de identidad de una actividad que da cobertura a competiciones deportivas dirigidas a minusválidos por heridas de guerra. El texto, resuelto fundamentalmente en un tono de gris medio, presenta tres de sus caracteres en un destacado color amarillo. Este resalte de color permite la percepción de una segunda literalidad, *I am*, Yo soy. Ese segundo texto se remite al valioso potencial humano que sigue presente en aquellas personas que, sólo en lo físico, han sufrido una merma de su integridad. De este modo el objetivo de la competición se expresa a partir de ese texto colateral que se manifiesta por el empleo de un segundo color que realza una parte del discurso total del logo, separando la esencia que reside en él y que es el objeto del evento. La magnitud y el peso específico del mismo se significan mediante un texto en caracteres de caja alta y unos poderosos remates, tan sólo presentes en el texto enfatizado. La composición en triángulo de los glifos en amarillo, un color que por cierto alude al oro ganador, apunta hacia la forma de un podium sobre el que el *I*, el *Yo*, se alza triunfante.

En este segundo ejemplo vemos otra manera de utilizar el color con un efecto meramente literal (FIG. III.2.8.32). En el título del artículo el texto se escribe sin solución de continuidad, sin espacios entre las palabras. La separación de ellas se indica mediante un cambio de color que las independiza. La alternancia del color coincide con la intensidad significativa de los vocablos. De color negro para las palabras que soportan el peso del discurso y en color malva para las secundarias.

En ambos ejemplos el uso del color es una recursión de orden literal, toda vez que afecta a la lectura del discurso. La diferencia entre ellos estriba en que mientras en el primero de los casos la intervención cromática añade valores al discurso, en el segundo de ellos el color ayuda a su mera lecturabilidad.

LIBRO IV

MÉTODO CREATIVO APLICADO A LA SEMIÓTICA TIPOGRÁFICA

LIBRO IV. MÉTODO CREATIVO APLICADO A LA SEMIÓTICA TIPOGRÁFICA

PROPUESTA DE UNA METODOLOGÍA PROYECTUAL

EN EL LIBRO III HEMOS ANALIZADO y clasificado las situaciones en las que la tipografía se interviene con recursos que añaden valores expresivos al conjunto literal objeto de la intervención. Se analizó en primer lugar la naturaleza expresiva de los textos que presentaban una función semiótica, definiendo el carácter cognitivo o no cognitivo de los recursos empleados y estableciendo una muy breve casuística en cada una de aquellas dos caracterizaciones. La brevedad y la concisión, sin merma de la precisión, han sido el norte que ha orientado el esfuerzo analítico y clasificatorio hacia una sistematización de la casuística de la semiótica tipográfica, extraordinariamente diversa. Todo esfuerzo clasificatorio debe ser breve, ofrecer una paleta de situaciones razonablemente discreta pero que abrace todas las situaciones no sólo existentes sino, más allá de ellas, posibles. Por ello un esfuerzo sistemático supone un ejercicio de extracción de esencias fundamentales que, alineadas en el mismo nivel de relevancia, no se solapen entre sí ni excluyan ninguna manifestación posible en el ámbito de estudio, objeto de esa sistematización. Pero para que un sistema se ofrezca como herramienta ágil que ayude a la comprensión de un problema es preciso que concilie la universalidad de su interés con un ejercicio reductor que extraiga lo esencial de dicha universalidad. Ello requiere un esfuerzo intelectual coherente que imponga límites a la arquitectura del edificio del sistema. Cuando la intelectualidad se desmaya y se entrega a la extraordinariamente rica y diversa casuística de lo real, la articulación arquitectónica del sistema puede llegar a ser tan compleja como la propia realidad que es objeto de análisis estructural. Y entonces, paradójicamente, nos encontramos con un sistema que es un calco de la casuística real, tan diversa como ella, y por lo tanto y debido a la multiplicidad de sus ramificaciones tan inabarcable como esa realidad misma. Inoperante, como sistema. Es entonces este espíritu reductor, esencial, el que nos ha conducido también en el Libro III al establecimiento de una

paleta reducida, de tan sólo ocho actores, en la que se recogen todos los tipos de actuaciones que puede presentar un conjunto tipográfico en base a su potencial semiótico. Así, como vimos, pueden ser actores que intervienen un texto los propios elementos de la tabla de caracteres de una fuente y la manera en la que éstos se relacionan entre sí. También los elementos gráficos de inclusión pueden alterar las significaciones de un texto tanto si actúan desde dentro o desde fuera de la propia forma tipográfica. Los elementos de sustitución afectan también, de diversas maneras, a la expresividad del texto. La alteración de los contornos tipográficos, tanto de manera singular como general, son asimismo un ejercicio de intervención que añade valor a la literalidad del discurso. Y también son actores del potencial semiótico de la tipografía otros recursos tales como la texturación, la reubicación, la orientación y el color. Estos ocho actores, susceptibles de intervenir semióticamente al objeto tipográfico, conforman la paleta con la cual se manifiestan los valores expresivos que añaden contenido a la mera literalidad del texto. Las subdivisiones que se desarrollan en cada uno de estos ocho grupos actores pretenden ser también una muy breve clasificación de su casuística que, sin afectar a la brevedad del grupo principal, sin embargo redefine y especifica a cada uno de esos actores principales.

En la relación de ejemplos que en cada uno de los actores y sus subdivisiones se comentaron ya, pudimos observar cómo un determinado recurso de intervención semiótica expresaba un valor significativo determinado. En aquellos análisis tipográficos habíamos hecho hincapié en el hecho que la percepción de una significación determinada, aun procediendo de un recurso gráfico específico, sin embargo no estaba en relación de inequívoca contigüidad con él. Esto es, que dependía del contexto; con toda la complejidad y las consecuencias que esto último conlleva. Por ejemplo el uso de un color rojo intenso, una intervención de tipo cromático, podía aludir a lo visceral y lo pasional. Pero también ese mismo tono de color podía ejercer su influencia semiótica desde una iconicidad referencial, como en el caso de un rojo como color corporativo identificativo de una entidad comercial o institucional en la cual el rojo estuviese presente en los objetos de su manufactura o en los elementos arquitectónicos o decorativos de sus edificios corporativos. Por otro lado ese mismo color podía aludir a elementos tales como la sangre, o el amor, o lo prohibido. Del mismo modo un color verde puede expresar la naturaleza de lo permitido, o ser vehículo de expresión de lo orgánico y natural. O un azul celeste puede apuntar hacia una identificación del sexo masculino en contraposición a un color rosado, o expresar la obligatoriedad de una opción en la señalética de tráfico. Como consecuencia de ello, y tal como habíamos apuntado ya en otro lugar, no existe una relación de equivalencia inequívoca entre el

recurso y el valor semiótico¹. Esto por sí mismo parece descartar la posibilidad de una metodología proyectual que ofrezca la posibilidad de una premeditación inteligente de los recursos semióticos hacia la transmisión de unos significados que interesen. No obstante y por fortuna esto no es así, y una metodología proyectual de alcance semiótico es efectivamente posible. Lo que sucede es que, al no haber relación de equivalencia entre causa interventora y efecto expresivo, el método por el cual una intención expresiva se materializa mediante una intervención gráfica que la exprese, deberá recorrer un camino diferente. El efecto expresivo tendrá que recurrir a canales interventores que se adecuen al nuevo itinerario, pues ahora ya no se trata del análisis de la recepción de recursos gráficos que se convierten en estímulos de significación, sino que invirtiendo ese recorrido serán ahora las significaciones propuestas las que habrán de convertirse en formulaciones gráficas que a su vez transmitan luego dichos significados. Se necesita por tanto una nueva sistematización de los recursos para este nuevo recorrido en sentido inverso al anterior.

El diseñador gráfico deberá entonces, a partir de una necesidad expresiva bien definida, tener la posibilidad de codificarla convirtiéndola en una forma gráfica, visual, que el receptor tenga la posibilidad de decodificar; y, tras esa decodificación, reconstruir entonces éste las significaciones emitidas por aquél. Es un juego de comunicación entre emisor y receptor, siendo el emisor el propio diseñador gráfico y el receptor el público objetivo o *target* al que esa comunicación va destinada. Esto requiere por supuesto un conocimiento por parte del emisor de la esfera idiosincrásica del receptor, pues los códigos gráficos utilizados deben ser convenientemente recibidos en la forma y manera que permitan una feliz recepción del mensaje. La metodología proyectual que proponemos a continuación, que es propiamente dicha una metodología creativa, está indicada especialmente para aquellos casos en los cuales una experiencia tipográfica deba de transmitir con especial intensidad unas emociones y significaciones previa y claramente definidas, premeditadas. El método es de especial aplicación para las situaciones en las que un conjunto tipográfico deba ser fuente emisora, con carácter mediático, de valores añadidos. Especialmente útil en el ámbito de la comunicación publicitaria, por las estrategias persuasivas

1 A esto es precisamente a lo que se refiere Dondis cuando dice que «la alfabetidad significa que todos los miembros de un grupo comparten el significado asignado a un cuerpo común de información. La alfabetidad visual debe actuar de alguna manera dentro de los mismos límites. No puede estar sometida a un control más rígido que la comunicación verbal, ni tampoco a uno menor (y además, quién desearía controlarla rígidamente?)».

DONDIS, D.A. *La sintaxis de la Imagen*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1990. p.111

que les son afines y por el uso extenso que de la forma tipográfica se hace en dicho ámbito, es sin embargo útil también en otros campos en los que la forma de la letra haya de ser clepsidra que contenga la esencia de una significación. En el ámbito de la señalética, o en el mundo editorial, o en la forma tipográfica como elemento intrínseco de la arquitectura o de los espacios urbanísticos, o en el juego tipográfico de los titulares de diarios y revistas, o en espacios museográficos donde la forma del texto deba sugerir los contenidos del eje temático de la muestra, etc., la apariencia de la forma tipográfica como recurso de expresión de una voluntad comunicadora se hace necesaria en un mundo altamente alfabetizado en el que cada vez más es importante no sólo aquello que se dice, sino la manera en la que aquello se dice. Un juego persuasivo en el que la forma de la letra, como investidura del lenguaje escrito, es de singular relevancia.

Aunque el método que proponemos se aplica a todas estas circunstancias, no obstante y para verificar la oportunidad del mismo propondremos aquí en su mayor parte ejemplos de naturaleza publicitaria en los cuales la capacidad expresiva de la forma de la letra es de marcada importancia. Eslóganes, anagramas, tipos corporativos y toda una suerte de elementos de naturaleza tipográfica actúan como vehículos de transmisión de perfiles de marca, signos de identidad o elementos de campaña publicitaria dentro de los cuales el *logotipo* es por derecho propio el elemento tipográfico de mayor intensidad comunicacional. Por este motivo y por su complejidad como elemento de comunicación lo tomaremos como punto de referencia para construir el sistema de recursos de expresión que nos permita la codificación y decodificación de los valores semióticos. El logotipo, como se sabe, es un elemento de identidad, el más importante de ellos, de una entidad o corporación con necesidades de difusión mediática. Es el nombre de la entidad resuelto visualmente mediante un juego tipográfico que ha de responder a cuatro circunstancias bien determinadas. Independientemente de la resolución literal, esto es la elección del propio nombre comercial, en lo que respecta a la resolución puramente gráfica habrán de tenerse en consideración, por orden de menor a mayor dificultad, las siguientes circunstancias. En primer lugar la cuestión de la legibilidad, requisito sin el cual cualquier intervención posterior está condenada al fracaso. En segundo lugar la simplicidad, en cuanto que el mensaje se comunica con mayor intensidad mientras menos elementos intervengan en escena. La originalidad estaría en tercer lugar y es relevante para un logotipo puesto que indica la marcada personalidad de la entidad o corporación a la que representa. En cuarto lugar está la cuestión de la expresividad; una expresividad que debe estar asociada al carácter o perfil de la entidad en cuestión. Es aquí precisamente donde entran en juego los recursos semióticos que conformarán el discurso

añadido a la literalidad del logo. Y por último y en quinto lugar debemos considerar que un logotipo debe tener la condición de *pregnancia*, esto es, que sea una forma gráfica que pueda ser memorizada con facilidad. Obviamente esta última circunstancia sólo se cumplirá en la manera en la que se consigan en mayor o menor medida las otras cuatro anteriores.

Definamos entonces a partir de aquí en qué consiste la metodología proyectual que proponemos. No es baladí insistir en cuál es el objetivo que pretende el método. Aportar valor semiótico a un conjunto de texto. Para investir de significaciones ese texto debemos tener en consideración dos circunstancias bien definidas. La primera es cuál es el valor añadido, la significación con la que queremos investir al texto. La segunda es de qué manera expresamos ese valor añadido gráficamente en dicho texto. Para la primera cuestión debemos proceder a una especie de depuración intelectual del valor de significación a añadir. Para la segunda necesitamos un sistema racional y ordenado que nos permita traducir ese valor a una forma gráfica, es decir codificar el significado encapsulándolo en una forma gráfica, visual, que pueda ser convenientemente decodificada por el receptor. La primera cuestión nos obliga a captar lo esencial del mensaje que queremos transmitir, desechando lo anecdótico, lo redundante y lo banal. La segunda requiere el establecimiento de un sistema de recursos gráficos que podamos aplicar a la forma tipográfica y que recoja de una manera simple todas las acciones interventoras posibles que esa forma tipográfica sea capaz de asumir.

En el primer estadio, el del establecimiento claro y bien definido de la esencia significadora que necesitamos transmitir, se impone por lógica un esfuerzo de síntesis. Por ejemplo pongamos por caso que el problema consiste en diseñar el rótulo identificativo del cortometraje *Film*, de Samuel Beckett. Se trata de una producción cinematográfica, la única que Beckett realizara para el cine, rodada en 1964 y dirigida por el realizador Alan Schneider con la participación como protagonista de Buster Keaton. Beckett es un exponente de las corrientes del nihilismo y del existencialismo que se desarrollaron tras la segunda posguerra del siglo pasado. El estilo del filme es acorde con la poética literaria de Samuel Beckett, hosca, ácida, fatalista, intelectual y con un punto de ironía rayana en el humor. El argumento narra las peripecias de un personaje que quiere dejar de ser, dejar de existir. No se trata de un suicida, sino de alguien que anhela *dejar de ser percibido*. Huye de las miradas de los demás, espejo simbólico de su propia existencia. Al final del relato se hace evidente para el propio personaje que la permanente huida de los demás, empresa improbable, no puede reportarle el beneficio de su inexistencia pues, tal como se expresa en la escena final del filme, la única mirada a la que es incapaz de sustraerse es

a la suya propia, a la propia consciencia de seguir existiendo. Hasta aquí el argumento. ¿Cómo expresamos la esencia del filme?. Podríamos construir una frase que compilase lo esencial de la historia. Evidentemente no vamos a recurrir a descripciones meramente argumentales, las cuales no son interesantes para definir el mensaje que Beckett nos quiere transmitir. Nos centraremos entonces en la esencia comunicacional de la obra. Supongamos que ensayamos la siguiente sentencia: «*La angustiosa, ansiosa y desesperada huida del ser humano por dejar de existir y de ser percibido por los demás*». La frase es válida en cuanto registra el mensaje del filme, pero no lo es por la complejidad de su propuesta. Existe una redundancia de conceptos que es necesario depurar. En principio los términos *angustiosa*, *ansiosa* y *desesperada* son matices de un tronco común que bien pueden ser reducidos al concepto único de la *angustia*. En cuanto a *dejar de existir*, y a [*dejar de*] *ser percibido por los demás*, podríamos sintetizarlo en la idea del *no ser*. El otro elemento significativo importante de la frase se encuentra representado por el término *huida*. De ese modo reducimos la frase anterior a tres valores de significación concretos: *angustia*, *no ser* y *huida*. La mejor manera de trabajar con la metodología que proponemos es reducir a conceptos unitarios en lugar de recurrir a una construcción sintáctica gramaticalmente compleja. Por otro lado no cabe duda que simplificamos el problema a medida que reducimos el número de conceptos que intervienen en la propuesta comunicativa, por dos motivos bien claros. El primero de ellos es que el sistema que se propone obliga a trabajar con todos los listados de recursos por cada concepto que sea necesario transmitir. Lo que duplica, triplica, y así sucesivamente, los a veces francamente extensos listados de recursos dependiendo del número de conceptos en litigio. Pero el segundo motivo para optimizar el número de conceptos a transmitir es que a medida que la complejidad semiótica crece se reduce la fluidez transmisora y se enturbia el proceso comunicativo en sí. Un mayor número de conceptos a transmitir, simultáneamente, en un solo conjunto tipográfico, no enriquece el potencial semiótico sino que lo diversifica, disipando su eficiencia.

Por otro lado es recomendable, por cada concepto que se establezca como necesario, crear un listado de términos equivalentes que expresen asimismo esos conceptos, pues una vez creados dichos listados será posible quizás encontrar alguno de ellos que acoja en su carga significativa a otro de los conceptos que se quiere transmitir. En cuyo caso ese término se propondrá como concepto, anulando los dos conceptos anteriores pues ambos quedarán expresados en el término finalmente elegido, convertido así propiamente en concepto. Por ejemplo, supongamos que para elaborar el diseño de un logotipo de un juego electrónico, sea cual sea el nombre que se

haya propuesto, queremos expresar a partir de las formas tipográficas de ese nombre los conceptos de *aventura* y *heroicidad*. Si creamos un listado de términos por cada uno de esos dos conceptos podríamos tener lo siguiente. Al concepto de *aventura* irían aparejados los términos de *lance, suceso, episodio, acaecimiento, incidente, hazaña, andanza, empresa, peripecia, acontecimiento, correría, riesgo, peligro, circunstancia, hecho, sucedido, evento, caso, contingencia, azar, casualidad* y *ocurrencia*. Con el concepto de *heroicidad* se corresponderían los términos de *epopeya, gesta, hazaña, hombrada, proeza, empresa, acción, aventura* y *heroísmo*. Como vemos el término *hazaña* aparece en cada uno de los dos listados. Eso quiere decir que comparte significación con ambos conceptos y por lo tanto los representa a ambos simultáneamente. Es obvio entonces que podríamos suprimir los conceptos *aventura* y *heroicidad*, sustituyéndolos por uno solo, el concepto de *hazaña*. Con lo cual simplificamos el problema, simplificando también el protocolo de los listados de recursos que ahora explicaremos con detalle, y a la vez reducimos la carga comunicativa sin perder los matices de significación que interesa transmitir.

Una vez que se han definido con claridad y precisión los conceptos a transmitir, es preciso convertirlos en formas gráficas que expresen sus significaciones y que puedan ser de algún modo aplicables a la forma tipográfica. Para ello es preciso descomponer el significado del concepto en tantos recursos de intervención tipográfica como sea posible. La relación de los recursos plásticos que sean capaces de expresar visualmente el concepto tendrá, en principio, un número de ellos tan elevado como sea posible. Y decimos *en principio* porque naturalmente no todos esos recursos serán utilizados finalmente sino sólo aquellos que por su idoneidad, expresividad y capacidad de concurrencia se estime conveniente. Pero, como se dijo un poco más arriba, es necesaria una sistematización del listado de recursos plásticos. Tan sólo una ordenación lógica y coherente del proceso creativo podrá derivar en una metodología proyectual que se manifieste como una estrategia de trabajo eficaz. Por ejemplo, pensemos en uno de los conceptos citados anteriormente, el de *aventura*. Si queremos traducir visualmente ese concepto a partir de la elaboración de una serie de recursos visuales que podamos luego aplicar a las formas tipográficas del texto en cuestión improvisemos entonces un pequeñísimo listado de recursos: *caracteres de caja alta, selva, giros dispares de los ejes tipográficos, intriga, brújula, track negativo, movimiento, color saturado, sin remates, ángulos agudos, sin modulación, curvas dinámicas, etc.* Evidentemente el listado tendrá que ser mucho más extenso si queremos luego tener la posibilidad de elegir los más convenientes y mejores recursos. Pero tan sólo en esa pequeña muestra ya podemos detectar una serie de problemas. En principio se advierte que existe una mezcla

heterogénea de recursos pues en el mismo listado se entremezclan los de orden estrictamente tipográfico, como *caracteres de caja alta* o *track negativo*, con recursos de carácter de iconicidad, como *brújula*, y con otros que manejan soluciones gráficas abstractas, como *color saturado* o *ángulos agudos*. Esta disparidad no ayuda a la confección de listados que, por su naturaleza específica, permita su optimización por medio de una concentración intelectual acorde a dicha naturaleza. Por lo cual se hace necesaria una sistematización, una reagrupación de los recursos, relacionados entre sí según directrices específicas. Pero también vemos en el pequeño listado que acabamos de ensayar una serie de recursos que no son tales, como por ejemplo los términos *intriga* y *movimiento*. Disfrazados de recursos son en realidad conceptos, que si bien se relacionan con el concepto madre sin embargo no lo traducen gráficamente, no teniendo entonces la condición de recurso gráfico. No olvidemos que un listado de recursos supone la traslación gráfica de un concepto, una especie de remasterización o trasunto, una escenificación, una equivalencia que se produce entre la idea y su representación visual. Este error es frecuente y problemático porque no soluciona y es fuente de conflictos ulteriores que pueden hacer derivar el resultado gráfico hacia direcciones inadecuadas. De un modo parecido sucede con las expresiones *selva* y *curvas dinámicas*. La primera es una expresión visual, sí, pero tan poco definida que no ofrece soluciones específicas al problema y por tanto induce fácilmente a error. Con respecto a la segunda, *curvas dinámicas*, la primera parte de la expresión sí tiene naturaleza de recurso visual pero en cuanto al término *dinámicas* se produce el mismo equívoco ya citado, esto es, que *lo dinámico* es un concepto y no una forma visual definida. Si por curva dinámica se entienden las curvas geométricas de parábola o hipérbola, en contraposición a las curvas geométricas simples de un solo centro, entonces serán estas expresiones las que habrán de utilizarse como elemento de recursividad.

Una adecuada sistematización de las diferentes estrategias recursivas que, agrupadas según una naturaleza compartida, pudiese ofrecer cobertura a toda la casuística interventora podría dividirse en tan sólo cuatro listados de recursos plásticos que bien podríamos llamar, en general, *recursos visuales*. La denominación no es gratuita pues con ello señalamos hacia el hecho de que no estén presentes en dichos listados ninguno de los recursos específicos que podrían formar parte de una intervención semiótica tipográfica en el medio audiovisual. Los listados de recursos visuales que ofrecemos en esta metodología de trabajo están indicados para la intervención semiótica de conjuntos de texto que se manifiestan en un medio bidimensional estático. Lo cual no significa que los recursos obtenidos por este método no puedan ser, por supuesto, aplicables a otras expresiones tipográficas, de tipo audiovisual, tridimensional, etc.

Los cuatro listados de recursos visuales que, en un entorno bidimensional estático, recogen la diversa casuística de las estrategias recursivas tipográficas, son:

1. Listado de recursos tipográficos
 - 1.1. Recursos del lleno
 - 1.2. Recursos del vacío
2. Listado de recursos gráficos
 - 2.1. Recursos formales
 - 2.2. Recursos cromáticos
 - 2.3. Recursos de texturación
 - 2.4. Recursos sintácticos
3. Listado de recursos alusivos
 - 3.1. Recursos simbólicos
 - 3.2. Recursos convencionales
4. Listado de recursos icónicos
 - 4.1. Recursos icónicos del objeto
 - 4.2. Recursos icónicos de la identidad

LISTADO DE RECURSOS TIPOGRÁFICOS

A partir de un concepto ya definido podemos proceder a su interpretación visual por medio, en este caso, de recursos de índole exclusivamente tipográfica. Esto quiere decir que en este listado aparecerán tan sólo aquellas estrategias interventoras que interesen a lo tipográfico. No se trata sólo de recursos que puedan aplicarse a la forma tipográfica, pues entendido de este modo es excesivamente inconcreto, sino de aquellos que únicamente puedan utilizarse recurriendo a los propios mecanismos de lo tipográfico. Por ejemplo, en este listado no tendría lugar un recurso de naturaleza icónica o de naturaleza cromática pues aunque, por supuesto, sean de aplicación al objeto de texto sin embargo son estrategias que interesan específicamente a los listados *icónico* y *gráfico* respectivamente y no son posibles acudiendo a los mecanismos que conforman el ámbito de la pura tipografía. Como generalidad podríamos decir que todos aquellos recursos que sean susceptibles de pertenecer a cualquiera de los otros listados no podrán pertenecer a éste. Tal sería el caso de un recurso que contemplase una diversidad de cuerpos tipográficos en el conjunto de texto a intervenir. No es un recurso tipográfico puesto que la esencia de su potencial comunicativo reside en la diversidad de tamaños, y esto es una intervención que pertenece al

listado de recursos puramente gráficos. Sí sería una estrategia recursiva tipográfica el planteamiento de un cuerpo tipográfico de gran tamaño pues esto es algo que tan sólo puede llevarse a cabo desde la propia forma de la letra. Sin embargo no es baladí insistir en que todos los recursos que planteemos en los diferentes listados han de tener una justificación semiótica. Deben responder a una razón comunicativa. Pues si pensamos en un cuerpo tipográfico de gran tamaño por el mero hecho de su potencial de visualización, entonces no estaremos atendiendo a ninguna cualidad expresiva sino que estaremos actuando en el nivel pragmático, y no en el hermenéutico.

Así, interesarían a un listado de intervenciones tipográficas recursos tales como la caja alta, la caja baja, el cuerpo, el contrapunzón, la versalita, el peso visual, la cursiva, el track, el kern, la condensada, la extendida, el comportamiento de la línea base, el estilo tipográfico, el grupo tipográfico, la fuente, etc. Con ánimo de establecer una organización coherente que ayude a desarrollar la casuística interventora de naturaleza tipográfica podríamos determinar dos grandes grupos: los recursos tipográficos que actúan desde el *lleno* y los recursos que actúan desde el *vacío*. Los recursos del *lleno* interesan a la huella tipográfica, esto es, a la propia apariencia visible de la letra, mientras que los recursos del *vacío* interesan a los espacios de silencio, los espacios vacíos, sin los cuales el *lleno* no sería posible. Ensayemos primero, sin ánimo de abrazar la universalidad de la casuística, los recursos del *lleno*. El potencial expresivo que se comenta a continuación en cada uno de estos recursos es orientativo. Y es parcial, en el sentido que esas significaciones dependerán de la confluencia con otras significaciones derivadas del uso simultáneo de otras intervenciones.

La fuente. Si el usuario conoce a la perfección el extensísimo parque tipográfico disponible en la actualidad podría definir como recurso el uso de una determinada fuente, una Times Roman, una Futura, una Baskerville, etc. El problema es que, según una estimación del tipógrafo Joep Pohlen² existen en la actualidad un número aproximado de entre cincuenta a sesenta mil diseños diferentes de fuentes tipográficas. ¿Quién podría seleccionar sin temor a equivocarse la letra que cumple, de entre ese número ingente de letras, la expectativa de la comunicación? Un diseñador puede llegar a conocer, a lo largo de su trayectoria profesional, un determinado número de diseños tipográficos. Pero jamás podrá asumir el total del catálogo existente. Por ello,

2 En uno de los momentos de su ensayo Pholen declara, al respecto de la extraordinaria diversidad de las conformaciones gráficas existentes en el parte tipográfico actual que «se calcula que los tipos de letra actualmente en circulación oscilan entre 50.000 y 60.000».

POHLEN, Joep. *Fuente de letras*. Ed. Taschen. Madrid, 2011. p.90

y aunque la elección de la fuente tipográfica es un posible recurso a utilizar, estamos seguros que es más interesante definir los perfiles de la fuente a partir de generalidades sin señalar a una fuente en concreto.

Cuerpo tipográfico. La medida del cuerpo hace referencia a la altura de la huella de la fuente, esto es, la distancia que existe entre el punto más elevado de la huella tipográfica de entre los glifos de una fuente y el punto más bajo de entre los glifos de ella, a lo que se añade un pequeño espacio vacío por encima y por debajo que impide el solapamiento o el contacto entre trazos ascendentes o descendentes de glifos situados en líneas contiguas. La intervención del cuerpo tipográfico tiene posibilidades semióticas en tanto en cuanto su tamaño, mayor o menor y siempre en relación con el resto de elementos del conjunto, puede acrecentar o reducir el impacto de su presencia.

Grupo tipográfico. Se refiere a la pertenencia de una fuente a uno u otro grupo dentro de una clasificación tipográfica determinada. De entre las clasificaciones existentes la de Thibaudeau es, como ya dijimos en su momento, la que más se ajusta a las expectativas de un comunicador gráfico, aunque existen otras muy reconocidas como por ejemplo la de Maximilien Vox que también podrían ser utilizadas para la definición de un recurso. Sin embargo, y por motivos similares a los ya comentados en el párrafo precedente no estimamos especialmente procedente, aunque sí posible, la alusión al grupo como estrategia recursiva.

Caja alta. Los glifos de caja alta son las letras en mayúscula. Su utilización se indica especialmente cuando es preciso elevar el *tono de voz* visual de la fuente, adquiriendo ésta carácter. La caja alta por otro lado tiene carácter solemne, serio, protocolario, es una expresión tipográfica del poder, como muy bien ha sugerido³ el diseñador tipográfico alemán Otl Aicher.

Caja baja. Los glifos de caja baja son las letras minúsculas. Si se quiere conseguir un tono afable, cercano, cómplice, o bien un efecto de timidez o apocamiento o un efecto de atenuación del volumen de la voz, los caracteres en minúscula son los más indicados. No en vano la mayoría de los eslóganes publicitarios están expresados en letras de caja baja para conseguir un efecto de amigable complicidad.

3 Al respecto de la naturaleza protocolaria de las letras de caja alta dice Aicher que «un mundo soberano necesita valores soberanos y, en el mundo germanohablante, los sustantivos se elevaron a palabras soberanas. Las mayúsculas entraron en la escritura de dicho código porque existía un poder superior, esto es, las instituciones soberanas con sus grandes metas». AICHER, Otl. *Tipografía*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2007. p.65

Énfasis por la caja. En el juego de la semiótica tipográfica es usual, especialmente en la retórica tipográfica publicitaria, violentar las normas ortotipográficas básicas. Es posible comenzar una frase con una letra de caja baja al propio tiempo que puede enfatizarse un término especialmente relevante del discurso literal con una inicial en caja alta o incluso con el empleo alternativo de caracteres de caja alta y baja al margen de la regla ortotipográfica de una determinada lengua.

Signos diacríticos. El uso no reglado de los signos diacríticos con función semiótica es un recurso tipográfico que puede acrecentar el valor comunicacional del texto intervenido. Los signos diacríticos son glifos no alfanuméricos de la tabla de caracteres de la fuente que confieren a las palabras o sentencias un significado especial.

Versalitas. Las versalitas, que no deben confundirse con las *versales*, son caracteres alfabéticos con apariencia de letras de caja alta pero que tienen un altura de huella tipográfica menor que ellas y algo mayor que la *altura de x* de la fuente. Por su parte las letras versales son los caracteres de caja alta propiamente dichos.

Inclinadas. Los caracteres de eje inclinado conforman por sí mismos una fuente que se constituye en variante de otra fuente principal, de eje vertical, normalmente denominada redonda, romana, normal o regular. Ambas fuentes, junto con otras posibles, constituyen una familia tipográfica. Los glifos inclinados pueden ser expresión de dinamismo, feminidad, sutileza, etc. Aunque su expresión definitiva dependerá obviamente de su combinación con otros recursos tipográficos o extratipográficos aplicados a la letra. A las fuentes inclinadas se las suele denominar con frecuencia *cursivas*, pero este término es ambiguo en el sentido que la cursividad puede hacer referencia al ductus tipográfico.

Cursividad. Es una consecuencia del ductus tipográfico que presente la fuente. El ductus es el recuerdo del gesto caligráfico en la forma de la letra, aun cuando ésta sea una fuente construida. La cursividad de la fuente humaniza su aspecto y le confiere la calidez del hálito personal.

Negritas. De ellas depende el peso visual de la fuente. Son una variante de la versión madre, la redonda, que presentan un engrosamiento de los trazos del glifo. A mayor peso visual mayor expresión de potencia, masculinidad, tosquedad, etc.

Espesor. El espesor de una letra es el ancho de su huella tipográfica más el espacio de las prosas. Las prosas son pequeños espacios vacíos a izquierda y derecha de la huella tipográfica que marcan los espacios de silencio entre un par de caracteres contiguos en un texto corrido. Una fuente tipográfica puede tener un espesor mayor que la media normal, en cuyo caso se habla de

fuentes *extendidas*, mientras que si su espesor es menor que dicha media la fuente será *condensada*. La expresión de una *extendida* será, por lo general, de expansión, amplitud y estabilidad, mientras que una *condensada* expresará mejor, en principio, conceptos como reducción, timidez, constreñimiento, sometimiento, etc.

Altura de x. Se refiere a la distancia vertical que existe entre las pautas horizontales que delimitan un carácter /x/ de caja baja. Una *altura de x* generosa supone unos *astiles*⁴ más reducidos en las letras de caja baja. El aspecto de una fuente con *altura de x* elevada es el de una letra más amable, más cercana y simpática. Por el contrario la reducción de esa distancia y la consecuente prolongación de los astiles de las letras de caja baja producirá, en principio, un aspecto más reservado, de mayor altivez.

Modulación. Una fuente tiene modulación cuando los trazos de los glifos combinan dos grosores de trazo, ancho y estrecho. La presencia de modulación produce por lo general el efecto de una personalidad de cierto clasicismo, o incluso de clasismo. La ausencia de modulación, esto es, una arquitectura de glifo que presente una continuidad del grosor de los caracteres, será expresión de simplicidad, transparencia, continuidad, confiabilidad, etc.

Contraste de modulación. Es la razón entre las medidas del trazo ancho y el trazo estrecho en las fuentes con modulación. A mayor contraste, el aspecto de la fuente se apartará más del modelo clásico impuesto por las capitales lapidarias latinas de la época del Imperio romano. Un contraste de modulación importante sitúa la fuente en referencia histórica a tipos aparecidos a partir de principios del siglo XVIII, a la vez que la masculinizan y modernizan sin perder por ello su dignidad clásica.

Eje de modulación. La inclinación o no del eje de modulación aporta un carácter de clasicismo o de relativa modernidad, respectivamente, a la fuente.

Remates. Son los adornos terminales en los extremos de las astas de las letras. Ya sean serifs, gotas, uñas, colas, etc., su aparición determina un aspecto tradicional en los glifos que es parte de su potencial comunicativo, junto con otros conceptos como la confiabilidad, la serenidad, el refinamiento, etc.

Mayúsculas clásicas. Con esta denominación nos referimos a las fuentes cuyas letras de caja alta quedan a un nivel por debajo de los astiles ascendentes de los glifos de caja baja. Independientemente del hecho que son fuentes más indicadas para lectura continua, lo cual

4 Los *astiles* son las prolongaciones de las astas que algunas letras de caja baja presentan por encima o por debajo de su altura de x.

afectaría al nivel pragmático, su presencia alude al periodo histórico comprendido entre el Renacimiento y la Ilustración. Desde el interés de la hermenéutica la utilización de texto con caja alta clásica amortigua el efecto de altivez de los glifos en mayúsculas y se indica especialmente en los casos en los que por razones corporativas ha de conservarse la ortodoxia ortotipográfica pero sin embargo conviene una reducción de la severidad que por lo general provocan los glifos en mayúscula.

Ligaduras. Son encuentros de uno o más glifos que se enlazan gráficamente conformando un carácter único que comprende en sí más de un sonido. Por lo general evocan antigüedad, ranciedad, clasicismo.

Ejes de los glifos. No debe confundirse este recurso con los ejes de modulación de las letras ni con los ejes de los tipos cursivos. Nos referimos entonces a una deconstrucción de las posiciones regladas de las letras del conjunto tipográfico de manera que las orientaciones de los glifos violenten su posición natural. El resultado puede ser expresión del caos, de diversidad, de inquietud, nerviosismo, inconformismo, movilidad, etc.

Línea de base. Es la pauta, en principio en posición horizontal en su versión reglada, sobre la cual se asientan los puntos de base de los glifos, es decir las letras propiamente dichas. La pauta puede curvar su naturaleza rectilínea original, o reorientarse según direcciones ascendentes o descendentes, etc. La intervención de la línea de base es fuente de expresividades tan dispares como diversas son sus posibilidades de manipulación.

Ringorringos. Son prolongaciones del trazo al final de las astas de las letras, por lo común de tipo manuscritas, también conocidos como arabescos. Su presencia alude a lo ornamental, lo personal, distinguido, afectado, sobreactuado, elegante, etc.

Correcciones ópticas. Son una serie de alteraciones gráficas muy sutiles aplicados a la forma de los glifos de una fuente que, en el propio proceso de diseño de la misma, se realizan con el objeto de conseguir una uniformidad visual del conjunto de caracteres de esa fuente. La reintervención por exceso o por defecto de dichas correcciones ópticas alterará la serenidad visual de los glifos provocando sentimientos de incomodidad, inquietud o torpeza.

Justificación. La organización del texto en el bloque de párrafo permite distribuir el texto en el interior del marco de cuatro maneras diferentes. Alineado hacia el borde izquierdo, que también se conoce como texto en bandera derecha, alineado hacia el borde derecho o alineación en bandera izquierda, justificación completa, que es cuando el conjunto del texto se alinea con los bordes izquierdo y derecho del marco de párrafo, y alineación centrada, cuando cada línea del párrafo se alinea según un eje de simetría vertical al centro de la composición.

Independientemente de las diferentes aplicaciones editoriales y de los pros y contras de cada una de estas modalidades de justificación, el diferente comportamiento visual de cada una de ellas puede dar pie a un potencial expresivo que puede ser utilizado con fines semióticos.

Esta exposición de recursos tipográficos que interesan al lleno de la letra no pretende agotar su casuística, que es mayor, sino ilustrar acerca de las características que deben ser comunes a este listado. En cuanto a los recursos tipográficos que hemos dado en llamar del *vacío*, y que se refieren a las intervenciones que afectan a los espacios de silencio de las letras, presentamos a continuación una selección de ellos.

Contrapunzones. Son los espacios interiores de los glifos. Su nombre deriva de los procesos de fabricación de los punzones tipográficos para la elaboración de pólizas tipográficas de tipos móviles fundidos en plomo. Entendido como recurso pueden contemplarse contrapunzones amplios o reducidos, y de su aspecto dependerá el potencial significativo que emitan. Los contrapunzones amplios producen un efecto de desahogo y amplitud mientras que los reducidos están más cerca de las significaciones de hermetismo, ansiedad y solidez.

Prosas. Son los pequeños espacios de vacío a izquierda y derecha de la huella de las letras y que marcan el espacio intercarácter. La violación del espacio intercarácter medio es fuente de expresividad. A mayor prosa mayor efecto de volatilidad, aireamiento, levedad, apertura, etc. Por el contrario, una prosa negativa aglutina los caracteres y densifica el tono general del texto produciendo un efecto de cohesión o impenetrabilidad. La prosa puede reducirse al punto de que los caracteres lleguen a solaparse unos sobre otros. La prosa es el equivalente al *track*.

Kern. Es la corrección de las prosas de una pareja concreta de caracteres. El uso ortodoxo del kern tiene como función corregir desigualdades en la continuidad visual de la textura tipográfica. Pero la violencia del kern puede aportar en ocasiones valores semióticos al texto intervenido. Las significaciones son dispares pues depende en gran medida del marco contextual y por supuesto del resto de intervenciones que se acompañen. Pero de modo genérico podríamos apuntar que la violación del kern produce rupturismo, apartamiento o extrañamiento.

Interlineado. La intervención del espacio de interlínea puede originar diversas lecturas al conjunto de la textura tipográfica. El interlineado estándar está predefinido en la propia fuente y depende de los pequeños espacios u *hombros*, un término del argot de las antiguas piezas de plomo de tipos móviles, que se sitúan por encima y por debajo de la *huella de la fuente*.⁵

5 De la misma manera que la *huella de una letra* es la distancia vertical que va desde el extremo superior de la huella impresa de un glifo concreto hasta su extremo inferior, la *huella de la fuente* es la distancia vertical que va desde el extremo superior de la

Sangrías. El texto en el marco de párrafo puede ser intervenido mediante sangrados, una suerte de espacios de silencio adicionales que pueden afectar a una o varias líneas del párrafo. Desde la sangría de primera línea o la sangría francesa hasta el sangrado completo del párrafo dentro del marco de texto afectan al comportamiento visual del texto y pueden ser empleados como recursos con función significativa.

Espacios de párrafo. Intercalados entre dos marcos de texto, los espacios antes y después de párrafo permiten incorporar franjas de silencio con las cuales a veces puede añadirse un valor de comunicación al cuerpo de texto de una composición editorial. Es frecuente en la edición de novelas añadir un espacio de silencio suplementario después del último marco de párrafo del texto que describe una acción temporal o espacial determinada, separando esa escena de la siguiente y marcando así visualmente un espacio de transición entre ambas.

Márgenes. Son espacios de vacío que rodean la mancha tipográfica de una página y la relacionan con su borde físico. Aparte de las funciones pragmáticas del margen, su manipulación interesada desde el punto de vista hermenéutico puede alterar la recepción de ese texto y cargarlo con valores añadidos que lo resignifiquen.

Textura. La violación de la configuración de la textura tipográfica, alterando su continuidad, es objeto también de una recursividad tipográfica. La manipulación de la textura tipográfica requiere la intervención simultánea o selectiva de los valores estándares del kern, el track y la interlínea. Razón por la cual este recurso puede parecer redundante toda vez que aquellos valores se han comentado ya como agentes de recursión. Sin embargo la consideración del factor de textura como recurso de intervención hay que entenderlo cuando afecta a un número suficientemente elevado de texto, lo que no sucede cuando se contemplan puntualmente los recursos citados.

LISTADO DE RECURSOS GRÁFICOS

Los recursos de tipo gráfico con los cuales podemos intervenir la forma de la tipografía comprenden una suerte de estrategias que afectan al aspecto visual de la composición los cuales, y esto es clave, deben su potencial expresivo al potencial comunicativo de la forma en abstracto. Esto es, ni caben en este listado planteamientos de recursos que aludan a perfiles de inconicidad o simbolismo, ni tampoco son viables recursos que para su aplicación necesiten recurrir a configuraciones que pertenezcan al ámbito de lo puramente tipográfico. Por ejemplo,

huella del glifo con mayor rasgo de elevación de entre todos los glifos de una fuente hasta el extremo inferior del glifo con mayor rasgo descendente de entre todos los de dicha fuente.

si para el enriquecimiento semiótico de un conjunto de texto necesitamos aplicar el recurso de la *cursividad*, éste deberá aparecer en el listado de recursos tipográficos y no en el gráfico. Es cierto que la cursividad implica, entre otras cosas, una suerte de combinaciones curvilíneas que aligeran y suavizan el conjunto, pero su especificidad tipográfica la obliga al listado correspondiente. Sin embargo sí sería posible incluir un recurso tal como *profusión de líneas curvas* en el listado de recursos gráficos. Tal cual está expresado ese recurso no es exclusivo del contexto tipográfico en tanto que puede ser aplicado a cualquier otra forma extratipográfica. Lo que sucederá es que ambos, *cursividad* y *profusión de líneas curvas*, aparecerán en ambos listados, tipográfico y gráfico respectivamente, señalando una coherencia recursiva. Por otro lado la profusión curvilínea es una intervención que podría ser aplicada al texto más allá de la propia arquitectura de la fuente, a lo que sin embargo se obliga el recurso de la cursividad, por ejemplo afectando a las pautas en las que se ajusta el texto o incluso afectando a elementos de inclusión extratipográficos.

En un listado de recursos gráficos podrían aparecer recursos tales como *saturación cromática, formas cerradas, composición triangular, ángulos obtusos, distorsión, superposición, bordes dañados, tonos fríos, irregularidad espacial, etc.* La lista de recursos posibles es muy amplia y resulta impropio intentar agotar sus posibilidades. Sin embargo en el breve ejemplo citado ya puede percibirse la diferente naturaleza que distancia a algunos de los recursos. Al objeto de una sistematización de la casuística y hacia una optimización estratégica de los recursos que ayude a desarrollar con suficiente amplitud el listado de los recursos de naturaleza gráfica, proponemos una subdivisión de los mismos que los categorice según cuatro apartados: *recursos formales, recursos cromáticos, recursos de texturación y recursos sintácticos*. Los *recursos formales* son proposiciones interventoras que modifican el aspecto de la huella visible o sugieren determinados comportamientos visuales que la afectan. Los *recursos cromáticos* interesan exclusivamente al campo del color. Los *recursos de texturación* implican efectos de superficie que pueden actuar, al igual que los otros, dentro o fuera del contorno tipográfico del texto intervenido. Por último los *recursos sintácticos* se refieren a las relaciones que presentan entre sí los elementos de la composición. Son de aplicación en este apartado recursivo los interesantes estudios que en los ámbitos respectivos han desarrollado estudiosos como D.A.Dondis⁶ o Wolfgang Köhler⁷ en el

6 DONDIS, D.A. *La sintaxis de la Imagen*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1990

7 KÖHLER, Wolfgang. *Psicología de la forma*. Ed. Biblioteca Nueva. Madrid, 1972

campo de la forma; o John Gage⁸ y Vasily Kandinsky⁹ en el del color; o Rudolf Arnheim¹⁰ y Wucius Wong¹¹ en el campo de la sintaxis compositiva, por citar sólo unos nombres a título testimonial.

Por su parte, los *recursos formales* como ya se ha dicho comprenden una suerte de estrategias tipográficas que interesan a la silueta del objeto visual. Sin ánimo de ser exhaustivos procederemos a relacionar una serie de recursos que pueden acogerse a este listado.

Profusión curvilínea. La reiteración curvilínea en la forma tipográfica puede formar parte integrante del propio diseño de la fuente o bien pueden ser intervenciones posteriores que la modifiquen. Una abundancia de perfiles curvos, por lo general, ablanda la silueta de la forma tipográfica y por tanto incide en un tono expresivo de suavidad y ligereza.

Profusión rectilínea. Al contrario que el caso anterior, la ausencia o escasez de rasgos curvos endurece y mecaniza la forma de la letra. Los tipos usuales de la tendencias estéticas del constructivismo soviético o aquellos que son representativos del movimiento neoplasticista holandés del periodo entreguerras del siglo pasado son, entre otros, ejemplos especialmente evidentes de una casi total ausencia de trazos curvos y de geometría castrense que expresan las actitudes de austeridad y de racionalismo sistematizado, respectivamente, que fueron afines a esos movimientos.

Curvas simples o complejas. La presencia, en mayor o menor medida, de rasgos curvos en la arquitectura del glifo puede manifestarse a partir de una geometría simple o bien a partir de geometrías complejas. En el primer caso las curvas se desarrollan con el concurso de muy pocos centros geométricos, a veces tan sólo uno. En el segundo las curvas presentan una apariencia compleja, con un desarrollo en el que interviene un número relativamente elevado de centros geométricos. Las curvas simples son compatibles con una poética sobria no exenta de cierta elegancia, tal como podemos observar en las fuentes del estilo de Charles Rennie Mackintosh o en las del Art Déco. Las curvas complejas pueden originar perfiles tipográficos realmente elaborados, a veces con un potencial expresivo de carácter orgánico como es el caso de los tipos usuales del Art Nouveau francés, o acercándose al comportamiento del ductus manuscrito como en las escrituras caligráficas a pluma del siglo XVIII en Francia y Países Bajos.

8 GAGE, John. *Color y Cultura*. Ed. Siruela. Madrid, 1997

9 KANDINSKY, Vasily. *Punto y Línea sobre el Plano*. Ed. Labor. Barcelona, 1995

10 ARNHEIM, Rudolf. *Arte y Percepción Visual*. Ed. Eudeba. Buenos Aires, 1976

11 WONG, Wucius. *Fundamentos del diseño*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1998

Articulación Geométrica. La red articular que sostiene el edificio arquitectónico del glifo puede presentar una geometría simple o compleja cuya conformación afectará a la apariencia de la letra haciéndola partícipe de un potencial expresivo afín a su propia arquitectura fundamental.

Amplitud angular. El efecto angular se hace visible tanto en el perfil general de la huella del glifo como en aquellos detalles del mismo que lo posibiliten, como por ejemplo el encuentro entre las astas, el comportamiento de los remates al final de los trazos de las letras, etc. Una amplitud angular cerrada, y al decir cerrada nos referimos a una amplitud menor al recto, es expresión de lo incisivo, lo hiriente o lo angustioso, entre otras muchas significaciones orientadas en la misma dirección. Sin embargo sería erróneo concluir que la amplitud angular cerrada es siempre expresión de lo negativo puesto que podría serlo también de lo agudo, lo incisivo, el riesgo, la valentía, la capacidad, la intelectualidad, etc. No debemos olvidar que la semántica de los elementos estratégicos interventores, esto es, los recursos, es polisémica y que su hermeneusis, o potencial sugestivo, dependerá de los otros factores que acompañen al texto intervenido y lo definan significativamente en su receptividad. Por otro lado una amplitud angular abierta, esto es, mayor al recto, es adecuada para expresar conceptos tales como la expansividad, la calma, la confiabilidad, la generosidad, la ingenuidad, la estabilidad, etc.

Proporciones. La proporcionalidad afecta tanto al conjunto de los elementos tipográficos del texto a intervenir, como a una parte de él, o a cada uno de los caracteres de manera independiente. Una composición de proporciones verticales, horizontales o próxima al cuadrado originará significaciones diferentes que pueden ser utilizadas estratégicamente para alimentar el discurso que interesa. Del mismo modo la proporcionalidad es un factor que interesa a la propia forma del glifo y lo significa. Por otro lado es posible la combinación de diversas proporcionalidades en una misma composición. El potencial semiótico es tan diverso como las posibilidades combinatorias de este recurso estratégico. Tan sólo con carácter orientativo podemos indicar que las proporciones con tendencia vertical representan el carácter activo y enérgico, mientras que las horizontales apelan a la pasividad y la calma. Proporciones cercanas al cuadrado pueden expresar la concentración, la intensidad y la inalterabilidad.

Formas llenas, formas vacías o contornos. El relleno o ahuecado de la forma fundamental confiere al elemento objeto de esa intervención una presencia visual determinada cuya apariencia es motivo de lectura semiótica. La contundencia del objeto relleno se manifiesta en oposición a la levedad y ligereza del objeto hueco. El elemento hueco es susceptible también, para su visualización, de una línea de contorno que haga visible su perfil. El propio contorno es un

elemento susceptible también de tratamiento gráfico y por tanto de potencial semiótico. Las formas llenas expresan la solidez y la presencia. Las huecas son significación, en líneas generales, de la liviandad y la ausencia. Los contornos pueden ser lineales de trazo continuo o interrumpido. La interrupción puede adoptar multitud de ritmos o arritmias. Del mismo modo el grosor del contorno es susceptible de presentar diferentes magnitudes llegando incluso a tener una superficie tan extensa como para ser susceptible de un tratamiento de texturación. Con respecto a las formas huecas sin contorno hay que decir que la percepción del objeto como tal elemento hueco depende en gran medida del color de fondo del soporte sobre el cual se desarrolla la composición, pues por ejemplo un texto calado en blanco sobre una imagen fotográfica en una composición editorial sólo se percibirá como oquedad si el texto intervenido comparte color con el fondo del soporte y se encuentra en relación de contigüidad con él bien por cercanía o bien por cualquier otra circunstancia asociativa.

Formas abiertas o cerradas. La apertura o cierre de los límites de la forma tipográfica inocula en el texto valores añadidos que modifican su lectura. El efecto de disolución de una apertura se contrapone con las significaciones de completitud y de reserva de los contornos cerrados.

Por su parte los recursos cromáticos afectan también al elemento visual alterando, desde las estrategias del color, su potencial significativo. El uso estratégico del color desde lo puramente gráfico implica contemplar su potencial expresivo en abstracto, esto es, desligado de cualquier referente simbólico, convencional o icónico. Si bien el tono rojo se constituye en recurso interventor que expresa lo pasional, sin embargo en cuanto lo asociamos a una pasión sentimental como el amor lo estamos utilizando por su potencial simbólico o convencional, y en ese caso debería aparecer en un listado de recursos alusivos. La utilización del color rojo en, pongamos por caso, un logo identificador de un licor de guindas es un uso de tipo icónico en tanto que se referencia a la apariencia cromática del propio producto en sí. Sin embargo, si fuera preceptivo transmitir también a través de ese logo los matices de una personalidad inquieta y convulsa, entonces el rojo se convierte, además de en recurso icónico, en un recurso de tipo gráfico.

Tono. Llamado también *matiz* o *tinte*, el tono es una cualidad fundamental del color. Las diferentes longitudes de onda de la luz son percibidas por el sistema visual humano como colores diferentes. Las longitudes de onda más largas corresponden a los colores que van del rojo al amarillo y las más cortas a los que van del violeta al turquesa. Entre el amarillo y el turquesa se sitúa el verde, con una longitud de onda media. Los colores con longitud de onda larga se conocen como colores calientes mientras que los de onda corta se denominan fríos. El verde ocupa

un lugar intermedio. Los tonos calientes son indicados para expresar calidez, energía, actividad, emoción, pasión, inquietud, irrupción, etc. Los tonos fríos están indicados en los casos en los que conviene expresar conceptos tales como frialdad, tranquilidad, laxitud, relajación, etc. Por su parte los tonos calientes parecen acercarse al receptor mientras que los fríos se perciben como más distantes.

Saturación. La intensidad de un matiz o tono específico es lo que se conoce como saturación. La saturación extrema origina un tono en su máxima expresión de pureza cromática. La completa desaturación origina un tono gris cuya intensidad equivale a la de ese color. Los colores muy saturados son especialmente indicados, *grosso modo*, para significar conceptos como vitalidad, energía, optimismo, alegría, intensidad, jovialidad, etc. Los colores desaturados van perdiendo, en la medida en la que experimentan esa pérdida de croma, los valores que expresa la máxima saturación y por tanto son apropiados para aludir a emociones como la melancolía, la tristeza, la depresión, el decaimiento, la nostalgia, etc.

Luminosidad. También llamada luminancia, la luminosidad del color viene determinada por su nivel de brillo. El máximo valor de luminosidad de un color es el blanco. El mínimo valor de luminosidad de un color viene representado por la máxima saturación del tono. Como consecuencia, el valor expresivo de los niveles mínimos de luminosidad es el mismo que el que citábamos en el párrafo dedicado a la saturación del color. Cuando los niveles de luminosidad crecen, el tono se acerca progresivamente al blanco y provocan en él un efecto de desvaimiento. El potencial expresivo de un tono con alto nivel de luminosidad es de desvanecimiento, suavidad, susurro, fragilidad, inconsistencia, etc.

En cuanto a los recursos de texturación podríamos contemplar entre otras, y al objeto de sugerir una sistematización de su potencial recursivo, las siguientes situaciones.

Interior o exterior. La texturación puede desarrollarse en el interior de la forma tipográfica o en el espacio exterior contiguo a ella. La elección de una u otra estrategia interventora dependerá en gran medida del resto de los recursos finalmente seleccionados para su aplicación al texto. Por ejemplo, para expresar el concepto de la ausencia podríamos haber recurrido a la oquedad, o forma vacía. Este de por sí es un recurso perteneciente al listado de recursos gráficos de naturaleza formal. Pero obviamente, si fuese adecuada también la aplicación de una textura, el lugar que en principio resulta más conveniente para ella es al exterior de la huella tipográfica; precisamente para preservar el espacio de silencio previamente planificado. Si algo puede decirse en el plano de lo genérico con respecto a las texturas interior y exterior es que, consideradas desde lo

semiótico, las texturas interiores implican que el suceso se genera o contiene en el propio objeto tipográfico, mientras que en el caso de las texturas exteriores es el objeto tipográfico el que se influye a partir de un contexto sugerido por el discurso de la propia textura.

Parcial o total. La aplicación de la textura puede ser parcial, esto es, afectando a uno o varios del conjunto de los caracteres del conjunto tipográfico intervenido, o total. Apelando al carácter de simplicidad que debe presidir cualquier acción estratégica interventora en el marco de la gráfica apuntaríamos que, siempre que sea posible, la intervención total debe ser evitada como acto de redundancia. Pero es claro que esta sugerencia, aun valiosa, no tiene nada que ver con los niveles semióticos; al menos con el hermenéutico, pues nada quita o añade al potencial expresivo de la intervención. Al igual que se comentaba en el párrafo precedente, la indicación o contraindicación de la parcialidad o la totalidad con la que deba ser aplicada un recurso de textura dependerá de su convivencia con otros recursos interventores propuestos, ajenos o no al de la propia texturación.

Naturaleza de la textura. Por naturaleza queremos referirnos al carácter de iconicidad, simbolismo o abstracción de la imagen de textura. Puede parecer en principio que dirimir el carácter de la textura no sea preceptivo de un listado que debe permanecer al margen de todos aquellos recursos que no sean expresamente abstractos. Pero nótese que no estamos abogando por la descripción de los objetos icónicos o simbólicos que deban definir la textura sino solamente por la definición de su naturaleza. Esto es, que no podríamos expresar como recurso de textura, por ejemplo, una superficie de arena de playa, sino simplemente la constatación como recurso de que la textura habrá de ser probablemente de tipo icónico. El elemento mismo de iconicidad vendrá determinado luego por los recursos icónicos que en su lugar, o sea, en el listado de recursos icónicos, se hayan relacionado.

Sombras. El efecto de sombra puede acompañar al texto interviniéndolo con carácter de significación. Existe un repertorio de tipos de sombreado del cual señalaremos aquí sólo dos, la sombra arrojada y la sombra interior. La primera es la sombra que arroja el objeto sobre el fondo en el que se sitúa. El efecto es el de sugerir un cuerpo volumétrico al objeto que produce la sombra, y por supuesto la noticia con carácter indicial de que existe un foco que la origina. Desde luego la sombra arrojada es susceptible de diversas configuraciones entre las cuales quizás las más relevantes son la intensidad u oscuridad de la misma, su extensión y la dureza de los bordes. Por su lado la sombra interior ha de aplicarse a un objeto, tipográfico o no, que presente una condición de oquedad; circunstancia sin la cual la sombra interior es en principio inoperante pues

la finalidad principal de este recurso es la de evidenciar ese espacio de vacío de manera que sea el espacio relleno circundante el que arroja sombra, visible a través del espacio definido por el elemento recortado. Arrojadadas o interiores, las sombras se aplican a las formas intervenidas casi siempre para expresar su corporeidad. Pero de manera implícita al propio efecto de sombreado los valores de configuración de su intensidad, su extensión y la dureza de sus bordes añadirán valores de significación al texto intervenido cuyo potencial de sugerencia expresará desde lo grácil hasta lo abrupto, desde la sutileza al exceso.

Otro subapartado del grupo de los recursos gráficos, el último de ellos, se constituye con los recursos sintácticos, esto es, la manera en la que se relacionan los diversos elementos parciales de la composición. La manera en la que se ordenan los elementos compositivos, esa suerte de coreografía que anima las partes del conjunto, no sólo crea una relación mutua que los hace partícipes de un orden superior sino que origina un repertorio estratégico cuya semiosis depende de la distribución que adopten.

Articulación reglada. Los elementos de la composición pueden distribuirse según un orden coherente, predecible, que se ajuste a un orden reglado cuya directriz se manifieste según una suerte de retícula de voluntad geométrica a partir de la cual se ubiquen ordenadamente los elementos. Se entiende como elemento compositivo todo objeto que presente visualmente una cierta independencia formal. Pueden ser los propios glifos del conjunto de texto, o sus partes integrantes si los glifos se presentan a modo de subconjuntos fragmentados, o bien los elementos gráficos de inclusión que puedan existir en el conjunto compositivo. Una ordenación reglada, geoméricamente articulada, es por lo general expresión de quietud, seguridad, orden, coherencia, conformismo, etc.

Articulación libre. Las relaciones que se establecen entre los elementos del conjunto pueden presentarse según una distribución articulada por una red no reglada, alejada de una geometría castrense, en la que los objetos se intercomunican de manera impredecible. Esta impredecibilidad no implica necesariamente una ausencia de orden sino la manifestación de una voluntad libre en la cual las partes del conjunto parecen negarse a una espacialidad sistematizada. El resultado suele ser expresión de caos, desorden, rebeldía, transgresión, naturalidad, organicidad, etc.

Dispersión. Íntimamente ligado en principio con el recurso del párrafo precedente, sin embargo no lo integra tácitamente. Una composición dispersa parece haber forzado el ligamento que vincula los distintos elementos del conjunto sin que forzosamente éstos tengan que adoptar posiciones no geoméricamente predecibles. La dispersión, que puede afectar total o

parcialmente al grupo, implica significaciones de liberación, independencia, volatilidad, ingratitud, etc., entre otros significados que dependen como siempre del contexto y de la interacción con otros recursos interventores.

Concentración. La concentración, que puede afectar igualmente a una parte o al total de los elementos de la composición, supone una ordenación de los mismos en los que los vínculos que los asocian se refuerzan, generalmente mediante la reducción de los espacios contiguos. El potencial semiótico de este recurso se orienta hacia la transmisión de conceptos tales como la atracción, lo comunal, la aquiescencia, la involución, la timidez, etc.

Simetría. Una ordenación simétrica de los elementos proporciona a la composición un aspecto de serenidad, equilibrio, inalterabilidad e inmovilismo. La dirección del eje de simetría, vertical, horizontal o inclinado, o la repetición o combinación de ellos originando un efecto de *indiana*¹² puede aportar también significaciones al texto intervenido dependiendo de la manera en la que su intervención se relacione con el concepto a transmitir.

Asimetría. Una composición asimétrica dinamiza el conjunto, vitalizándolo. Suele ser expresión de inconformismo, jovialidad, inquietud, rebeldía, etc. Un orden asimétrico, no obstante, no es sinónimo de desequilibrio. Existe un tipo de equilibrio inestable que se consigue mediante una disposición asimétrica de los elementos, logrando una ordenación coherente de los mismos al tiempo que evita la sensación de pasividad y pusilanimidad que puede estar presente en algunas composiciones simétricas.

Ritmo. La sucesión de los elementos de un conjunto puede estar determinada por unas pautas que rijan la manera en la que se relacionan entre sí, espacialmente, cromáticamente, o mediante cualquier otra acción interventora. Los ritmos pueden ser simples o complejos, según intervengan en la combinatoria de los elementos dos o más impulsos interventores. La percepción del ritmo supone también, generalmente, la ruptura de un orden convencional, pues en el tratamiento de los textos y aunque exista un orden asumido que implique, por ejemplo, una distribución espacial intercarácter reglada, sin embargo la conservación de ese ritmo espacial difícilmente se apreciará propiamente como expresión de un ritmo toda vez que es justamente lo que se espera de un conjunto de caracteres regularmente dispuestos. No obstante la manipulación del ritmo no supone necesariamente una arritmia. Pongamos por caso el texto de un logo en el

12 La *indiana* es un elemento de identidad visual de tercer orden de una corporación, entidad o evento publicitable, consistente en una textura formada a partir de un patrón constituido por alguno de los elementos de identidad visual de primer orden de dicha corporación o entidad.

que los caracteres alternen con regularidad las letras de caja alta y de caja baja, sucesivamente. La regularidad de esa sucesión de cajas implica un orden rítmico determinado. Si tuviésemos que diseñar un logo para una muestra expositiva de obras del artista bielorruso Marc Chagall podríamos aprovechar la grafía característica de la firma del pintor en la cual su apellido aparece caligrafiado con una sucesión regular de letras de caja alta y baja. Y esa regularidad de cajas, además de referenciarse icónicamente con la propia firma del pintor podría ser expresión también del carácter calmo y exento de sobresaltos del pintor. Las composiciones visuales pertenecientes al movimiento de la poesía concreta abundan en este tipo de ordenaciones rítmicas. La diversidad de órdenes rítmicos es, por otro lado, tan extensa como son también diversas las significaciones que estas intervenciones pueden producir.

Arritmia. A diferencia del punto anterior, la arritmia implica una ordenación no predecible de los elementos. La ausencia de una directriz intelectual que explique una sucesión de elementos dispuestos de manera no reglada es expresión de alterabilidad, rechazo, caos, experimentación, extrañeza, disconformidad, etc. No hay más que echar un vistazo a cualquiera de las páginas del famoso manifiesto dadaísta para encontrar un paisaje tipográfico cuya textura se altera con una ordenación arrítmica de formas y pesos visuales que se explica tanto por los presupuestos de la estética de la *Palabra en libertad* como por la propia esencia contestataria, lúdica e inconformista de los actores de ese movimiento.

Comparación. Se produce cuando a partir de las relaciones sintácticas de los elementos éstos se distribuyen en entidades grupales que provocan entre sí algún tipo de confrontación. La casuística es extraordinariamente diversa y las significaciones dependen de la coreografía que adopten.

Uniformidad. Cuando la coreografía de los elementos origina una textura compositiva marcadamente uniforme, reglada y ordenada según una voluntad de predictibilidad entonces se produce un efecto de uniformidad. Se indica especialmente para expresar la quietud, la calma, la coherencia, el convencionalismo, etc.

Asintonía. Para que se produzca una disfunción del orden general es preciso que haya un contraste entre al menos dos partes del conjunto. Una de las partes debe representar el orden convencional mientras que la otra será expresión de la deserción. Por tanto la primera parte del conjunto, por lo general la que contiene la mayor parte de los elementos compositivos, deberá expresar un orden general a partir de una sintaxis compositiva que declare sin ambages sus relaciones naturales. Mientras que la segunda parte, casi siempre la que contiene algunos o sólo uno

de los elementos de la composición, diferirá coreográficamente del orden natural impuesto por la parte contraria. El resultado es la expresión de una disconformidad, de un alejamiento, de una rebeldía, o quizá de un hallazgo.

Todos estos recursos comentados hasta aquí son tan sólo una breve muestra esclarecedora de las estrategias interventoras que, a través de los recursos de la forma, del color, de la textura y de la sintaxis compositiva, son posibles dentro del marco de aquello que habíamos dado en llamar *recursos gráficos*.

LISTADO DE RECURSOS ALUSIVOS

A la hora de confeccionar los cuatro listados de recursos que contengan una relación de las estrategias expresivas con las que podamos, previa depuración selectiva, enriquecer el potencial semiótico de un conjunto de texto, el listado de recursos alusivos es indefectiblemente el que contiene una relación más corta de recursos disponibles. Los signos alusivos no abundan. Por otro lado, la imagen alusiva simbólica tiene una intensidad expresiva tan potente y su presencia como elemento interventor es de tal magnitud que su aplicación en la forma tipográfica ha de manejarse con moderación. Esto quiere decir que, a diferencia de los listados anteriores —el de recursos tipográficos y el de recursos gráficos—, en el de los recursos alusivos sólo podrá seleccionarse salvo rarísima excepción uno sólo de esos recursos disponibles. Mientras que los recursos gráficos y tipográficos admiten una simultaneidad recursiva en un texto a intervenir, sin embargo el símbolo por la intensidad de su presencia obliga a la contención.

Como recurso alusivo entendemos tanto al símbolo como al convencionalismo. La diferencia entre uno y otro tipo de signo es sutil, pero creemos que clara e importante. El símbolo es un signo que se manifiesta a través de una forma que no se referencia a sí misma sino que está en relación a un concepto del cual propiamente el símbolo es embajada. Esto podría hacerse extensivo al signo convencional. Pero la diferencia entre uno y otro estriba en que el símbolo es el resultado de una depuración de carácter cultural, mientras que el convencionalismo es el resultado de una especie de acuerdo, de una premeditación intelectualizada, interesada. Por ejemplo muchas de las decisiones del ámbito de la ortotipografía son convenciones, como el uso de un carácter de caja alta al inicio de una sentencia. Su función es más bien indicativa que representativa. Así lo es también el uso del color en la señalética, cuyo potencial comunicativo depende del acuerdo internacional que establece determinadas significaciones al color como elemento indicador. En ocasiones, cuando el signo convencional se incorpora al nivel profundo, al acervo de una cultura, y se convierte en un signo profundamente asumido por ésta, aquél

puede alcanzar la categoría de símbolo. A veces la frontera entre una y otra consideración no presenta un perfil fronterizo inequívoco.

Por otro lado tanto el símbolo como el convencionalismo actúan como agentes expresivos tan sólo en el marco de la cultura que los origina o comparte. La paloma blanca con una rama de olivo en el pico será símbolo de la paz tan sólo en aquellas culturas, especialmente de raíz judeocristiana, que lo hayan incorporado a su acervo. El color blanco puede ser también alusión al pacifismo, precisamente por su utilización como bandera de neutralidad o rendición en los conflictos bélicos. Pero este efecto alusivo parece estar quizás más cercano a la convención que al símbolo, aunque en cualquier caso es un claro signo representativo de una actitud no belicista. El blanco es también signo de pureza. En este sentido su potencial alusivo parece acercarse a la categoría del símbolo merced al uso extensivo que de él se ha hecho a lo largo de la historia. Con tal significación se presenta, junto al azul celeste, en las representaciones marianas de la Inmaculada Concepción o en el atuendo de las mujeres que se acercan al acto religioso de la consagración del matrimonio, en expresión de su virginidad. Quizás podríamos decir que el símbolo está próximo al protocolo ritual, a la mitología compartida, a una iconografía cultural. El signo convencional tiene entonces una categoría menor y, posiblemente, menor es también su potencial semiótico.

Si tuviésemos que desarrollar un listado de recursos alusivos que transmitiese el concepto de la paz, en el subapartado de recursos simbólicos aparecería sin duda la paloma blanca con el ramo de olivo en el pico. Y también podría aparecer el conocido signo, tan utilizado en las corrientes underground de los años sesenta, que se compone de un círculo atravesado en su centro por una línea vertical que se bifurca a cuarenta y cinco grados a partir del centro geométrico del círculo. Asimismo sería símbolo la popular pipa de la paz que proviene de los ritos seculares de los pueblos indígenas norteamericanos. A partir de las manifestaciones multitudinarias contra el terrorismo se ha hecho popular también la imagen de las dos palmas de la mano pintadas de blanco como signo de petición de convivencia pacífica. El color blanco como signo de pacifismo aparecería, según lo ya comentado, en el subapartado de recursos convencionales. Y probablemente en este mismo subapartado podría aparecer también la mucho menos conocida imagen de la bandera internacional de la paz, creada a partir del Acuerdo Roerich en 1935 y que se compone de un contorno circular rojo en cuyo interior aparecen tres pequeños círculos también rojos pero esta vez rellenos y dispuestos según los vértices de un triángulo equilátero. Su escasa difusión y su consiguiente poco conocimiento la convierten en un signo convencional.

Ensayando un segundo ejemplo, pensemos en un producto comercial para cuya difusión sea preciso comenzar por el diseño de su logotipo. Obviaremos aquí, para centrarnos en los aspectos puramente gráficos, la literalidad del nombre comercial. El producto comercial en cuestión es una firma de ropa vaquera. El beneficio del producto es el alto nivel de resistencia y de comodidad de la prenda. Y de acuerdo a ese beneficio y teniendo en cuenta al público objetivo, un público joven, se determina que el perfil de marca adecuado viene definido por el concepto de la *aventura*. A partir de aquí comienza la búsqueda de recursos visuales que transmitan eficazmente el concepto de lo aventurero. Independientemente del desarrollo de los otros tres listados de recursos, el tipográfico, el gráfico y el icónico, vamos a dedicarnos al listado de recursos alusivos. Una imagen simbólica del concepto de aventura podría ser una brújula. Este elemento aparece con tanta frecuencia en el desarrollo de historias donde la aventura es base principal del argumento que se ha convertido respecto a este concepto en signo con categoría de símbolo. Un segundo recurso podría ser una rosa de los vientos. Un tercero podría ser un mapa que presentase una poética gráfica afín a los típicos mapas del tesoro de las historias de aventuras. Un cuarto recurso simbólico podría ser una rueda de timón cuya apariencia responda a las ruedas de las embarcaciones de madera de las historias de piratas. El tradicional cofre del tesoro podría ser un quinto recurso simbólico. Un antiguo catalejo extensible de metal podría constituirse también como recurso expresivo de lo aventurero. Un astrolabio, antiguo instrumento que permitía a los marineros determinar su ubicación en relación a la posición de las estrellas en la bóveda celeste, sería también un recurso válido. Así podríamos seguir desarrollando el listado de recursos de entre los cuales, evidentemente, tan sólo podríamos seleccionar uno solo de ellos dada la magnitud de su presencia, en el contexto del texto a intervenir. Un sombrero del tipo *Fedora* o también conocido como *Borsalino*, del estilo del que lucía el personaje Indiana Jones en sus célebres aventuras, es también una alusión perfecta al concepto de la aventura. Pero dada la naturaleza de su procedencia y su —en comparación con los recursos anteriores— relativo impacto cultural sería quizás más acertado incluirlo en el subapartado de los recursos alusivos de tipo convencional.

De cualquier modo, y tal como habíamos comentado anteriormente, el listado de recursos alusivos, tanto simbólicos como convencionales, suele ser con mucho el más corto de los cuatro listados de intervenciones. Pero como contrapartida, y en el caso de que finalmente se decidiese utilizar alguno de los recursos contenidos en la lista, no es procedente la aplicación simultánea de más de un recurso de esta naturaleza, con lo cual más que la extensión de este listado lo que interesa es la oportunidad de las propuestas.

LISTADO DE RECURSOS ICÓNICOS

Entrando ya en el cuarto y último de los listados de recursos gráficos para la intervención tipográfica, el listado de recursos icónicos desarrolla una serie de propuestas que apelan a la pura visualidad del objeto. De extraordinaria utilidad para el desarrollo de soluciones gráficas para conjuntos literales que hayan de actuar como embajadores de un objeto, como es muy común en el caso de los logotipos comerciales, los listados de recursos icónicos pueden llegar a ser realmente extensos. Los recursos icónicos se subdividen en recursos icónicos del objeto y recursos icónicos de la identidad. Esta nomenclatura se dirige especialmente al diseño de logotipos. Los recursos icónicos del objeto recogen propuestas de intervención que aluden al aspecto visual del objeto del cual el logotipo es embajada. Sin embargo el listado de recursos icónicos de la identidad, basándose también en la pura visualidad, sin embargo necesita de una explicación que expondremos un poco más adelante.

Si se trata de buscar soluciones visuales para la expresividad gráfica de un logotipo, en el listado de recursos icónicos del objeto debemos concentrarnos en el elemento físico del cual el logotipo es su representación mediática. Esto es, si el objeto a comercializar es un vehículo a motor del tipo conocido como *turismo*, el listado de recursos icónicos recogerá todos aquellos aspectos puramente visuales que formen parte de un vehículo y que sean susceptibles, por su naturaleza gráfica, de ser utilizados como elemento interventor del texto, en este ejemplo el nombre de marca. Por ejemplo, son válidos en este caso como recursos icónicos del producto un tapajuntas, una rueda de automóvil, el volante, la textura metalizada de la carrocería, la textura de los faros de alumbrado, la palanca del cambio de marchas, las costuras de los asientos, algún aspecto característico coyuntural del perfil del vehículo, las acanaladuras de las llantas, etc. Pero no sólo son interesantes para este listado los aspectos visuales, parciales o no, del objeto en cuestión sino todos aquellos elementos visuales que formen parte del contexto inmediato del objeto. Como por ejemplo las franjas intermitentes de una carretera o la textura de asfalto del pavimento.

En cuanto al listado de recursos icónicos de la identidad, sus propuestas si bien son también de carácter visual sin embargo no señalan hacia el objeto físico objeto de la difusión mediática sino a objetos que están en relación *con la identidad* de ese objeto o producto. Para comprenderlo debidamente pensemos en el mismo ejemplo anterior del vehículo. Si el concepto que define su personalidad de marca es la *velocidad*, debemos pensar en situaciones en las cuales ese concepto de velocidad sea el motivo principal de dicha circunstancia. Por ejemplo en el atletismo

una carrera de velocidad. En ese caso los elementos visuales que forman parte de ese contexto serían las franjas blancas de separación de las calles, la línea de llegada, la silueta de un corredor, una zapatilla de corredor, un número de identificación de corredor, la forma del testigo, etc. El listado de recursos icónicos de la identidad se subdivide en tantos listados como situaciones se hayan imaginado pues cada una de ellas recurrirá a un acervo iconográfico diferente. Si pensamos en un entorno natural salvaje los recursos expresivos de la velocidad podrían ser el gamo, la gacela, la liebre, el jaguar, el guepardo, etc.

EPÍLOGO

Como compendio a este capítulo digamos que una vez que el concepto a transmitir está bien definido debemos proceder al desarrollo de los cuatro listados de recursos, el tipográfico, el gráfico, el alusivo y el icónico. Para un más eficaz desarrollo de los recursos pertenecientes a cada listado es de ayuda la consideración de los subapartados en los cuales se subdivide cada uno de ellos. Por otro lado obsérvese que todos los subapartados toman como referente fundamental el concepto salvo uno sólo de ellos, el listado de recursos icónicos del producto, que basa su lista de recursos en la pura visualidad del objeto y su contexto. Por su parte el listado de recursos icónicos de la identidad, si bien recurre al concepto o identidad para determinar situaciones en las que dicha idea sea el eje fundamental que la define, sin embargo luego desarrolla su listado de recursos en base también a una visualidad que se relaciona con los objetos que aparecen en aquellas situaciones ficticias.

Una vez que los cuatro listados se han desarrollado al máximo de sus posibilidades habrá que proceder a una selección de recursos. Tanto el listado de recursos alusivos como el listado de recursos icónicos no deben ofrecer, por lo general, más de una estrategia interventora seleccionada. E incluso una vez seleccionada una por cada uno de los dos listados citados, será preferible eliminar una de ellas. La razón de esto es que los recursos que ofrecen esos dos listados son de una magnitud visual y semiótica tal que un uso simultáneo cargaría excesivamente el conjunto de texto a intervenir y, en parte, enturbiaría sus significados. Por contraste, los listados tipográfico y gráfico permiten el uso simultáneo de varios recursos. Es oneroso y carente de sentido fijar un *numerus clausus*, pues mientras algunos recursos son dóciles a la simultaneidad otros sin embargo se resisten a ella.

A la hora de decidir cuáles recursos son más válidos que otros podríamos ensayar aquí algunos consejos útiles. Para comenzar habría que desechar, y nos referimos a todos los listados en general, aquellos que presenten un menor potencial de significación. Una vez resuelto esto, es

posible que nos encontremos con recursos diversos cuya oportunidad de simultaneidad sea evidente. En ese caso estos recursos son especialmente valiosos sobre todo si aparecen en listados diferentes. Aquellos recursos que por alguna razón sean contradictorios entre sí deben ser eliminados a menos que la contradicción alimente alguna confrontación que cargue de función semiótica al texto a intervenir. Los listados deben estar muy elaborados y ser lo más extensos posible. Si es necesario se puede recurrir, al objeto de espolear la imaginación del grafista, al uso de términos sinónimos que expresen el concepto sin apartarse excesivamente de su esencia significativa. Un error común, como expusimos al principio de este capítulo, es introducir conceptos en los listados de recursos. Estos listados tienen la finalidad de traducir a forma gráfica un concepto determinado. La inclusión de nuevos conceptos enrarece la metodología proyectual pues introduce nuevos matices sin aportar soluciones gráficas.

Como cualquier metodología proyectual que ayude a la resolución de un problema de índole creativa, el método de los recursos visuales es eficaz porque sistematiza e intelectualiza el problema determinando soluciones coherentes, que responden a una metodología cabalmente estructurada. Pero tan sólo la competencia personal y una voluntad inteligente obtendrá beneficio de una metodología que, al igual que todas las demás, no puede conducir a soluciones matemáticamente inequívocas, sino favorecer la andadura que conduzca a un desenlace favorable.

En el marco de las actividades desarrolladas a lo largo del curso 2014-15 en la asignatura *Tipografía III*, en el marco del plan académico de los Estudios Superiores de Diseño de la Escuela de Arte de Sevilla, uno de los trabajos consistió en la realización de un proyecto de cartel para la difusión mediática de un filme cinematográfico. La película a partir de la cual se trabajó fue *Prova d'orchestra*, Ensayo de Orquesta, del realizador italiano Federico Fellini, un filme de 1978 con guión del propio Fellini. Ensayo de Orquesta es una interesante reflexión acerca de los mecanismos del poder en la sociedad y de la dualidad del ser humano que oscila inexorablemente entre el interés individual y el interés colectivo. El filme fue proyectado en el aula, comentado y debatido. Al finalizar esta fase previa de documentación el alumno debía captar, materializada en una breve frase, la esencia del mensaje. Y a partir de esta frase esencial, convertida en eje de comunicación, la siguiente fase consistía en la realización del artefinal de un cartel, a partir de un proceso gráfico de búsqueda. Como condición esencial el cartel debía estar resuelto enteramente con elementos tipográficos y, a partir de ellos, expresar el eje de comunicación propuesto. Además del título del filme el cartel debía contener texto complementario con algunos elementos de la ficha técnica y artística. Ninguna alusión gráfica al contenido

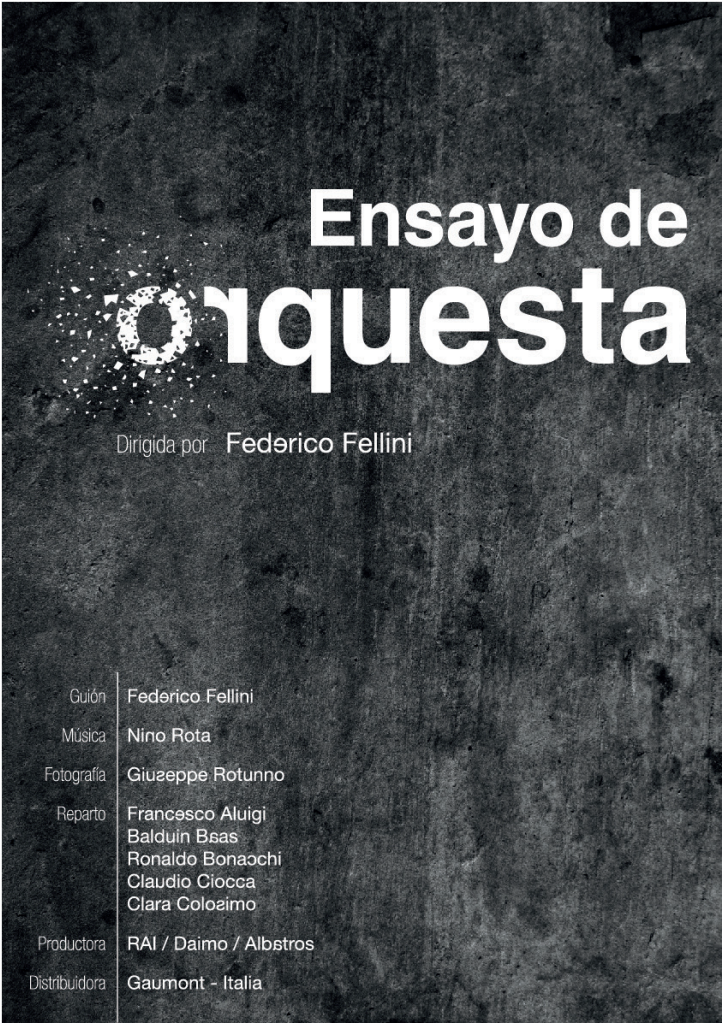


FIG. IV.1

FIG. IV.2

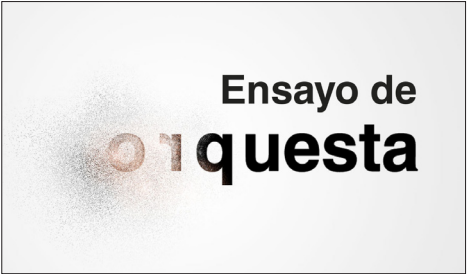


FIG. IV.1. Artefinal del cartel para el filme *Ensayo de Orquesta* de Federico Fellini. Ana M. Galindo Álvarez, alumna de Tipografía III en Estudios Superiores de Diseño Gráfico, Escuela de Arte de Sevilla.

FIG. IV.2/3. Fases intermedias del trabajo de Ana M. Galindo Álvarez.

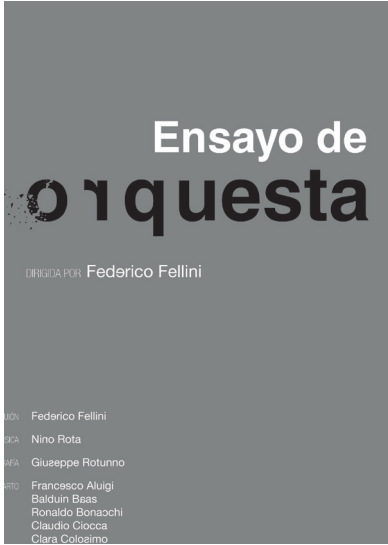


FIG. IV.3

argumental del filme podía aparecer en la composición. Para el planteamiento de los recursos expresivos se utilizó la metodología creativa que hemos desarrollado a lo largo de este capítulo pero, al no permitirse referente visual alguno a la iconografía del filme, el listado de recursos icónicos del *producto* (en este caso la escenificación) quedaba descartado.

El trabajo de Ana M. Galindo se fundamentó en la idea de un *inconformismo que amenaza el orden*. El resultado final a partir de su propuesta comunicativa fue este artefinal (FIG. IV.1) en el que el texto titular es objeto de la intervención semiótica. A partir del desarrollo de los listados de recursos correspondientes, los recursos seleccionados finalmente fueron *volteo horizontal de glifos*, *asintonía por intervención de elementos aislados del conjunto*, *caracteres de caja baja*, *desintegración*, *texturación de desgaste* y *desaturación del croma*. El volteo horizontal del glifo /r/ es expresión del *inconformismo*, adoptando ese carácter una dirección que se opone a la del resto del conjunto de texto que, de este modo, representa la pasividad de un cuerpo social homogéneo. Al mismo tiempo, esa transgresión de la norma es significación de la *amenaza* que se cierne sobre el *orden* social definido por la disposición reglada del resto de los elementos tipográficos. De este modo los tres conceptos principales contenidos en el eje, *inconformismo*, *amenaza*, *orden*, se encuentran ya expresados mediante el comportamiento especular del glifo volteado en relación al conjunto de caracteres de la frase titular. Pero para expresar de manera más contundente el carácter de amenaza el glifo /o/ ha experimentado un efecto de descomposición de su integridad natural con la cual su orden natural se destruye. El epicentro expansivo, situado en el centro del propio carácter tipográfico, es signo de una desarticulación que se produce en el alma del propio sujeto evidenciando así su naturaleza autodestructiva. En una de las primeras etapas del proceso de diseño el tratamiento desintegrador del carácter /o/ presentaba una gráfica excesivamente trabajada que complicaba el diseño y reducía el efecto comunicativo (FIG. IV.2) mientras que en uno de los estadios intermedios la simplificación gráfica de los elementos que rodean al glifo explosionado y la grieta que lo atraviesa (FIG. IV.3) disminuyen el efecto de onda expansiva, que sí aparece vigorosamente en el cartel definitivo.

La propuesta de cartel de Elías Bracho se edificó a partir del eje comunicacional *el peligro que amenaza a una sociedad acomodada*. Su artefinal centra los esfuerzos semióticos, al igual que en el ejemplo anterior, en el texto del título (FIG. IV.4). Una vez desarrollados los listados de recursos correspondientes las estrategias recursivas elegidas fueron *inclusión de un elemento externo*, *amplitud angular cerrada*, *glifos de caja alta*, *astas gruesas*, *arquitectura cuadrangular del glifo*, *eje vertical del glifo*, *ausencia de modulación*, *track reglado*, *alto contraste fondo-forma*,

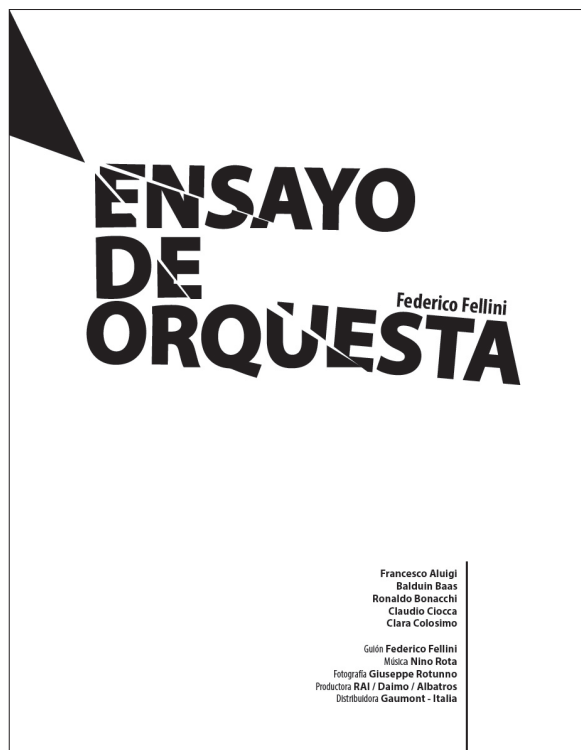


FIG. IV.4



FIG. IV.5

FIG. IV.4. Artefinal del cartel para el filme *Ensayo de Orquesta* de Federico Fellini. Elías Bracho Quintero, alumno de Tipografía III en Estudios Superiores de Diseño Gráfico, Escuela de Arte de Sevilla.

FIG. IV.5. Artefinal del cartel para el filme *Ensayo de Orquesta* de Federico Fellini. Jesús Herrera Oliver, alumno de Tipografía III en Estudios Superiores de Diseño Gráfico, Escuela de Arte de Sevilla.

elementos rellenos, desaturación máxima, alineación en bandera derecha, efecto de ruptura formal y desestructuración. La aparición en el ángulo superior izquierdo del elemento triangular tiene un alto potencial de significación. Representa el *peligro que amenaza*. El objeto amenazado viene determinado por los propios elementos literales que aluden así al conjunto de la *sociedad*. La disposición reglada del texto, en alineación de bandera izquierda, con un track reglado y con una direccionalidad de las pautas tan sólo violentada por el envite del objeto transgresor, es en su conjunto expresión de lo *acomodaticio*. De este modo los cuatro conceptos clave contenidos en el eje de comunicación, *peligro, amenaza, sociedad, acomodaticio*, se transmiten con eficacia en el cartel a través de la acción interventora en el texto titular. La voluntad amenazadora del elemento de inclusión, el triángulo, queda resaltada por la reducida amplitud angular del vértice que entra en conflicto con el conjunto literal. La propia posición del triángulo en el ángulo superior izquierdo es un determinante de la causa de la acción representada, al estar situado en el punto de arranque del orden de lectura de la imagen, ocupando luego el texto intervenido el lugar del consiguiente efecto. En eje con la figura triangular se posicionan las líneas de ruptura que separan, desgajándolo, el bloque de texto evidenciando la causa responsable que origina su desmembramiento. Por otro lado el uso de los caracteres de caja alta junto con el potente peso visual por el grosor de las astas de los glifos confiere solidez y confianza al conjunto tipográfico, una confianza que se desmorona por la acción destructora del elemento externo. La rotundidad del discurso se subraya por el fuerte contraste entre fondo y forma, enfatizando de este modo el drama de la acción representada.

Igualmente a partir del filme de Fellini podemos comentar este otro trabajo, de Jesús Herrera, en el cual la frase que se constituye como eje de comunicación reza como *asintonía social*. También en este caso el esfuerzo semiótico se concentra en el texto titular del cartel (FIG. IV.5). Los recursos visuales seleccionados en este caso son *violación de la horizontalidad de la línea de base del texto, glifos volteados horizontal y verticalmente, ritmos aleatorios, texto parcialmente fuera de cuadro, giro del eje de algunos glifos y ruptura del track reglado*. La fuerte inclinación de la línea de base del texto violenta la configuración natural del texto tanto más en cuanto que el ángulo seleccionado se aparta de las direcciones de estabilidad que se indican en las teorías gestálticas. Por tanto su orientación es expresión de un comportamiento *asíntono*, expresión que se subraya con el volteo de los glifos /N, S, U, A/ algunos de los cuales se voltean según un eje direccional vertical y otros lo hacen horizontalmente. El efecto de caos derivado de esa *asintonía* se complementa con los giros aleatorios de los glifos /O,e/. Por su parte el concepto



FIG. IV.6



FIG. IV.7

FIG. IV.6. Propuesta previa del alumno Jesús Herrera Oliver a la realización de su artefinal (FIG. IV.5).

FIG. IV.7. Sugerencias para acercar la gráfica de la propuesta anterior al eje de comunicación predefinido.

de lo *social* se significa por el propio conjunto tipográfico el cual, a pesar de sufrir las reacciones inopinadas de sus miembros, conserva el orden de sus ubicaciones respectivas en referencia a una voluntad armónica que se violenta por ese comportamiento inusual de una parte de sus componentes. Al efecto de ruptura del tejido común colectivo por la voluntad discordante de las partes individuales se suma el comportamiento contra natura del texto, que parece renegar del espacio compositivo expandiéndose más allá de los límites del marco provocando que una parte del texto a izquierda y derecha desaparezca más allá de los bordes físicos del cartel. De acuerdo con esto último, y en alianza con la inclinación aleatoria de la línea de base, el elemento cuadrado tras el texto se gira en sentido opuesto a la dirección del titular creando un efecto de inquietud y desasosiego. En definitiva, los conceptos fundamentales, en realidad los vocablos que constituyen la completitud literal del eje de comunicación, *asintonía* y *social*, quedan expresados gráficamente a partir de los recursos que acabamos de comentar. De manera previa a este artefinal el alumno presentó previamente otro distinto (FIG. IV.6) que, aun presentando un juego compositivo más interesante desde lo puramente estético, sin embargo se duele de una cierta inconcreción. El juego tipográfico es muy potente y se sitúa en línea con la poética de los tipos display del diseñador Saul Bass o los de Josep Pla-Narbona, en especial en este último caso el cartel que ejecutó para la Semana Santa de Sevilla de 1965. Sin embargo y aunque la *asintonía* aparece presente por la libre deconstrucción arquitectónica de los contornos tipográficos, sin embargo el concepto de lo *social* como circunstancia aglutinante que contiene implícita el sentido de una ordenación reglada no aparece. Para significar la ruptura es precisa la presencia alusiva al orden objeto de violación. En estas dos versiones propuestas a partir de ese mismo artefinal en las cuales se ha respetado la integridad gráfica de lo ya realizado (FIG. IV.7), se incluyen alusiones a un orden reglado a partir, en la primera propuesta, de la presencia de una retícula ortogonal geométrica, y en la segunda propuesta con la integración en segundo plano de unos modelos tipográficos que actúan como referente de un comportamiento adecuado.

En el mismo curso académico y asignatura, pero destinado a un grupo diferente de alumnos, se repitió el ejercicio pero sustituyendo el filme de Fellini por otro de Orson Welles. La película elegida fue *El Proceso*, una coproducción franco-italo-germana del año 1962 con guión del propio Welles a partir de la obra homónima del escritor Franz Kafka. *El Proceso* es un manifiesto en clave simbólica de las propias angustias del praguense inmortal. Al igual que en el caso de la obra de Fellini, el protocolo consistió en hacer una presentación en el aula de la figura del autor y de la poética de su obra, en especial la obra objeto del trabajo. Presentación a la que siguió la

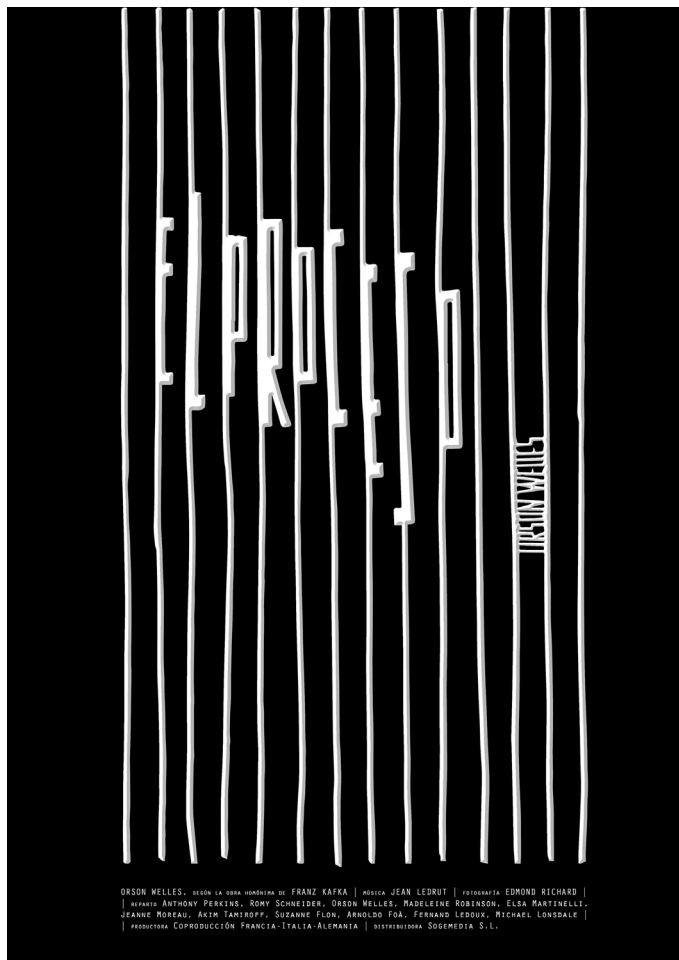


FIG. IV.8



FIG. IV.9

FIG. IV.8. Artefinal del cartel para el filme *El Proceso* de Orson Welles. Beatriz Pavón González, alumna de Tipografía III en Estudios Superiores de Diseño Gráfico, Escuela de Arte de Sevilla.

FIG. IV.9. Fase intermedia del trabajo de Beatriz Pavón González.

proyección de la película y un debate posterior a partir del cual el alumno había de condensar en el breve espacio de una frase sencilla la esencia del filme, el mensaje fundamental, aquello que habría de convertirse en eje de comunicación desde el que construir la propia imagen del cartel. Una imagen que tendría que estar resuelta enteramente por medios exclusivamente tipográficos que expresaran a la vez la esencia fundamental recogida en la frase.

El proyecto de cartel de Beatriz Pavón se fundamenta en un concepto, expresado en un solo vocablo, que define bien el clima poético del filme, *opresión*. Como en los casos anteriores, el cartel de Pavón centra sus esfuerzos semióticos en el texto titular (FIG. IV.8). En su propuesta inicial de posibles recursos tipográficos aparece *track reducido, peso visual de las astas, espesor estrecho del glifo, cuerpos tipográficos dispares, ruptura de la línea de base del texto, tipos sin remate, modulación irregular y caracteres de caja alta*. En el listado de recursos gráficos se proponían *textura con ruido, deconstrucción, contornos dañados, geometría irregular, sometimiento a un marco, superposición, desaturación, bajo nivel de brillo, alto contraste forma-fondo, amplitud angular cerrada, efecto de aglomeración, arritmia y asimetría*. Y el listado de recursos alusivos contenía estrategias tales como *cuerdas, cadenas, marioneta, boca cosida, barrotes, jaula, atasco, corsé y escombros*. Finalmente los recursos seleccionados para la intervención tipográfica fueron *track reducido, espesor estrecho del glifo, cuerpos tipográficos dispares, ruptura de la línea base del texto, tipos sin remate, caracteres de caja alta, deconstrucción, geometría irregular, desaturación, alto contraste forma-fondo, superposición y barrotes*. Nótese que, con gran acierto, la diseñadora ha seleccionado tan sólo uno de los recursos del listado de estrategias alusivas, *barrotes*, mientras que aparecen varios recursos de los listados tipográfico y gráfico, cuya simultaneidad no supone un problema. En uno de los estadios previos al artefinal aparecen los contornos dañados tanto en el texto como en las líneas verticales que aluden a los barrotes de una prisión (FIG. IV.9). Pero su aplicación produce una carga visual excesiva que afecta a la legibilidad del texto y por ende a la percepción de sus significados. De igual modo el texto secundario se resuelve aquí de modo inadecuado, jugando en exceso con un texto cuyo carácter informativo no se adecuaba a este tipo de intervenciones. En el artefinal se han resuelto estos excesos. En él, el significado de *opresión* está bien representado mediante las agobiantes franjas verticales que caen de arriba a abajo y someten a los elementos individuales del conjunto tipográfico a un aislamiento contra natura. Los glifos parecen obligados al reducido espacio entre barrotes, constriñendo su espesor tipográfico. La extrema desaturación del color produce un efecto de austeridad sin concesiones que encaja con la poética del filme y no se contradice con

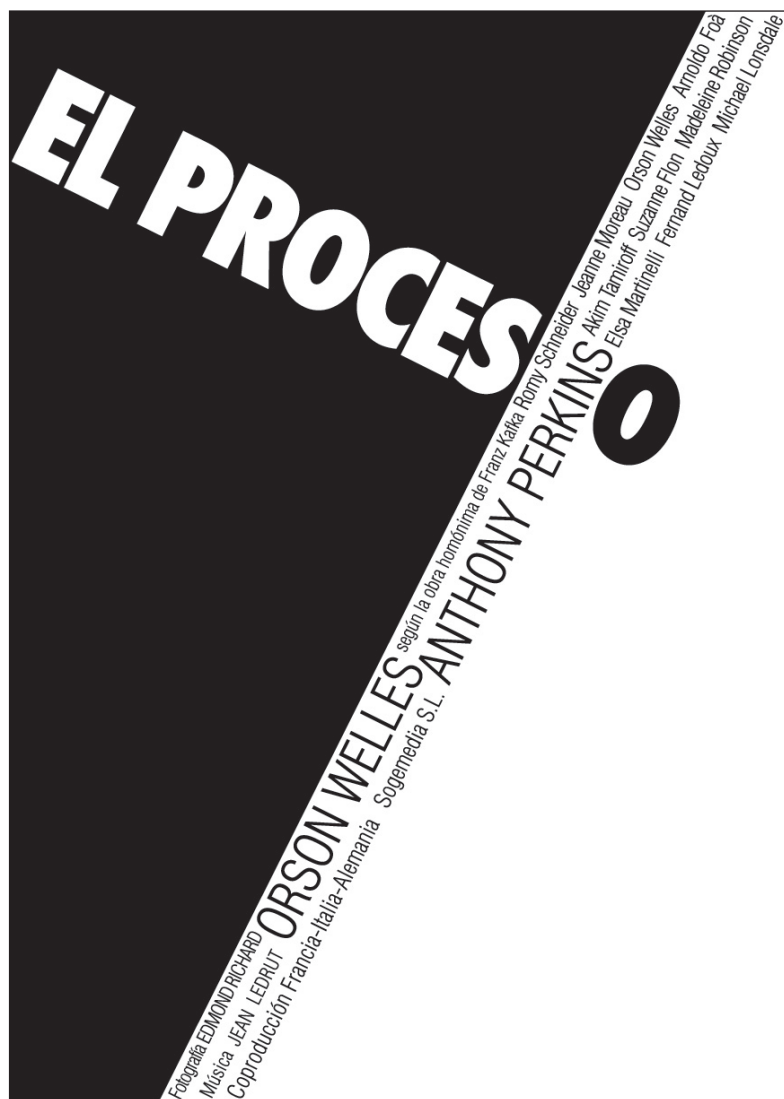


FIG. IV.10

FIG. IV.10. Artefinal del cartel para el filme *El Proceso* de Orson Welles.
 Jesús Pinto Morales, alumno de Tipografía III en Estudios Superiores de Diseño Gráfico,
 Escuela de Arte de Sevilla.

el concepto transmitido. La deconstrucción de la geometría que articula los glifos y la arrítmica disparidad de los cuerpos tipográficos son un trasunto del sentimiento de caos y desesperación, conceptos que se adivinan implícitos en la noción de *opresión*. Y el potente contraste entre el negro del fondo y el blanco de la forma, aun matizado por el trazo gris que se interpone entre ambos, subraya el sentimiento de angustia y claustrofobia afín a la esencia del mensaje.

En este otro proyecto para el cartel de *El Proceso*, de Jesús Pinto, la frase fundamental que condensa el significado de la obra es *impotencia para acceder a lo verdadero*. En efecto en la obra *El Proceso* de Kafka, y por supuesto también en la versión cinematográfica de Welles, se dibuja un afán de superación, de acceso a lo adecuado, de descubrimiento de lo verdadero, por parte del personaje protagonista. Y al propio tiempo se perfila una fuerza invisible que le aparta irremisiblemente, inhabilitándolo para el ansiado acceso. Esta voluntad frustrada por la acción inexplicable de una fuerza exterior es algo especialmente recurrente en toda la obra de Kafka, de carácter tan marcadamente autobiográfico. Y es algo que se puede comprender con la lectura de su *Carta al padre*, una terrible égloga cargada de dramatismo con la que el joven Franz expresa la difícil relación que le une a la figura de su progenitor. Reconocida entonces la oportunidad de la frase propuesta, el artefinal de Pinto se resuelve centrando su potencial comunicativo en los elementos de texto del titular pero, y esto diferencia su trabajo de todos los comentados hasta ahora, hace intervenir inteligente y eficazmente al texto secundario creando una coreografía total que interesa a todos los miembros escriptores presentes en la composición (FIG. IV.10). Algunos de los recursos finalmente utilizados en la intervención tipográfica fueron *asintonía por irrupción de la continuidad, aislamiento de un elemento del conjunto, giro de la ortogonalidad de la composición, fuerte peso visual de las astas, contrapunzón reducido, caracteres de caja alta, desaturación extrema del croma, contraposición por bicromía y condensación*. La potente separación en dos mitades del total de la superficie del espacio compositivo mediante el enfrentamiento del blanco y el negro supone la expresión de dos dimensiones, ajenas la una a la otra. La abrupta separación entre ambas se subraya por la presencia del texto secundario que a modo de frontera impide el *acceso* de un lado a otro de la composición. Por otro lado el juego de cuerpos tipográficos diversos y una organización visual de los contenidos que se ayuda con acierto del uso de las cajas alta y baja evita la monotonía y aúpa la lecturabilidad. La ruptura de la continuidad de la textura tipográfica en el texto titular por separación y aislamiento del último carácter /O/ reúne en sí los conceptos de la *impotencia* y lo *verdadero*. Pues es impotencia lo que se adivina en la parte de texto titular a la izquierda de la línea fronteriza,



FIG. IV. I 1

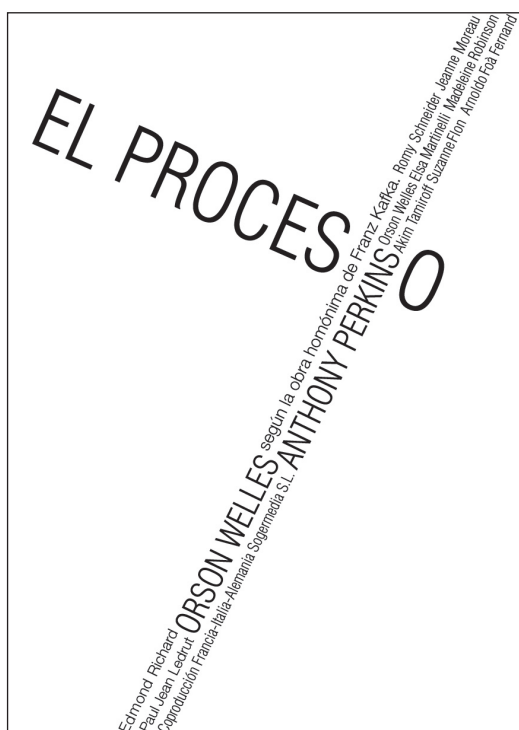


FIG. IV. I 2

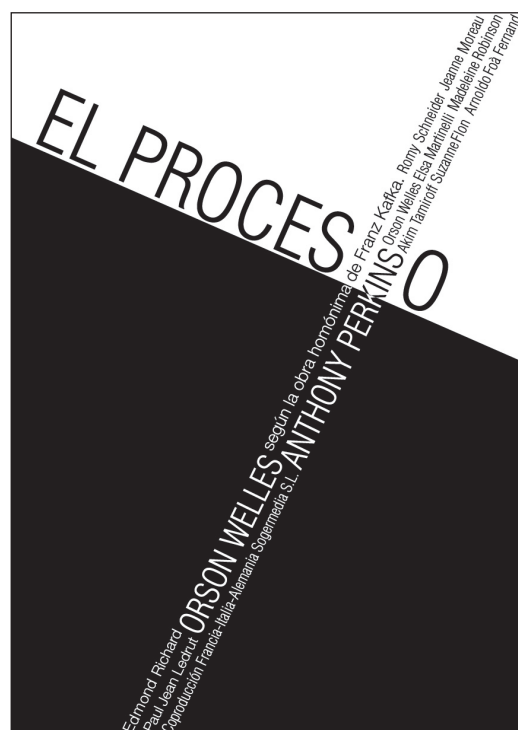


FIG. IV. I 1 / I 2. Fases intermedias previas al artefinal del cartel de Jesús Pinto Morales. Arriba a la izquierda una previsualización de su artefinal (con más detalle en FIG. IV. I 0).

constituida por el grueso de texto secundario, al no poder traspasar aquel borde que delimita el espacio negro de lo cotidiano con el blanco de lo verdadero. Esos espacios negro y blanco, independientemente del efecto delimitador de la franja de texto secundario que discurre entre ambos, es fundamental para la percepción de dos dimensiones enfrentadas y extrañas entre sí, tal como podemos apreciar en uno de los estadios intermedios del cartel donde aún no habían sido incorporados dichos planos de color (FIG. IV.11), o en este otro donde los planos parecen situarse confusamente al quedar desvinculados de la línea fronteriza de texto (FIG. IV.12). Tan sólo el carácter /O/ logra posicionarse en el ámbito de lo deseado, como si una parte del cuerpo titular consiguiera asomar la cabeza por entre alguna rendija del borde fiscalizador señalando con ello la posibilidad de su consecución pero apuntando implícitamente hacia la imposibilidad de la completitud del logro. Como vemos, los tres conceptos fundamentales contenidos en la frase comunicadora esencial están presentes en el discurso de lo gráfico, *acceso*, *impotencia* y *verdadero*. El giro general del conjunto ortogonal dinamiza la composición, sin desequilibrarla, produciendo un efecto de inquietud que además provoca una inclinación descendente de la línea de base del texto titular que, por efecto de gravedad y por el orden de lectura natural de izquierda a derecha, proporciona el efecto de un empuje del texto titular hacia la derecha en dirección al espacio de color blanco, signo éste de un objetivo deseado.

Un tercer proyecto de cartel a partir del mismo filme, diseñado por María Morcillo, responde también al discurso de la obra en cuestión (FIG. IV.13). Los conceptos esenciales que en este caso actúan como eje de comunicación son *acoso* y *angustia*. De nuevo, como en el caso precedente y a diferencia de los anteriores, son objeto de intervención tipográfica con función semiótica tanto el texto titular como el texto secundario. Los recursos visuales seleccionados fueron *desaturación extrema del croma*, *contraste fondo-forma*, *caracteres de caja alta*, *elementos de inclusión cuadrangulares*, *reubicación de caracteres en espacios rectangulares*, *concentración de elementos*, *proporción vertical*, *espesor extendido*, *track estrecho*, *contrapunzón reducido* y *peso visual en zona inferior de la composición*. La reubicación de los caracteres del texto titular distribuyéndolos en un espacio rectangular, y transgrediendo su orden natural rompiendo su orden lineal y la entidad de la sílaba, es expresión de claustrofobia y de *angustia*. El texto complementario, situado en un segundo plano de relevancia, acompaña también al texto titular en su adhesión a un espacio constrictor. Las dos formas rectangulares de color gris situadas por encima y por debajo del conjunto tipográfico aprisionan el texto, en una suerte de *acoso*. Una voluntad de acoso que queda enfatizada por el generoso espesor de los glifos del título que,



FIG. IV.13



FIG. IV.14



FIG. IV.15

FIG. IV.13. Artefinal del cartel para el filme *El Proceso* de Orson Welles. María Morcillo Segundo, alumna de Tipografía III en Estudios Superiores de Diseño Gráfico, Escuela de Arte de Sevilla.

FIG. IV.14/15. Fases intermedias del trabajo de María Morcillo Segundo.

debido a la acción de la presión ejercida sobre ellos por la forma rectangular que gravita sobre los mismos, produce un efecto de presión que los obliga, deformándolos. Un efecto éste que además se acrecienta por el reducido espacio intercarácter entre las letras del título. De este modo *angustia* y *acoso* quedan expresados en esta composición en la que los grandes espacios vacíos a izquierda y derecha de la misma ocasionan una concentración vertical de los elementos centrales que contribuyen a la percepción de un efecto constrictor. El degradado lineal vertical que sugieren los diferentes tonos de gris que comparten los elementos de la composición, desde el gris medio hasta el negro absoluto, contribuye especialmente a desplazar el peso perceptivo hacia la parte inferior del cartel, punto máximo de una presión que se ejerce desde la zona superior. La elección de una fuente del tipo *egipcio* concuerda con la poética gráfica general pues sus gruesos remates rectangulares se comunican estéticamente con las formas rectangulares de los elementos de inclusión así como con los marcos de párrafo en los cuales se acomoda el texto. La utilización de caracteres de caja alta evita una distribución tipográfica en cuatro pautas, con espacios para el ojo medio y para los astiles ascendentes y descendentes de las letras de caja baja, pues éstas hubiesen incorporado espacios de vacío mucho menos indicados para expresar la falta de espacio por efecto de una presión ejercida sobre ellos. Estos espacios vacíos, aun cuando el texto está resuelto en mayúsculas, se pueden ver en este estadio intermedio del cartel (FIG. IV.14) en el cual el carácter /L/ provoca un silencio excesivo en su flanco derecho. Además la franja de presión no reduce al texto, obligándolo, sino que se sitúa por detrás de él amainando su función coactiva. En un segundo momento (FIG. IV.15) se resuelve el problema de la franja pero no así el del texto titular que sigue mostrando zonas excesivamente aireadas. En el artefinal definitivo el elemento rectangular inferior que se sitúa por debajo del texto secundario ha reducido su extensión vertical, lo que redundará en una intensificación del efecto opresivo en el conjunto tipográfico.

En otro trabajo propuesto en la misma asignatura *Tipografía III*, pero realizado en el curso académico 2013-14, se proponía el mismo proceso de resolución pero a partir de una obra cinematográfica diferente. Se trataba del filme *Melancolía*, una realización de 2011 del director danés Lars von Trier. La obra presenta un discurso de aniquilación, de la destrucción total como única opción posible. En este trabajo de Antonio Juan Roldán (FIG. IV.16) la idea fundamental que se utilizó como eje de comunicación del cartel fue el concepto de *disolución*. Los recursos seleccionados finalmente fueron *vacuidad espacial*, *caracteres de caja alta*, *fuentes de perfil clásico*, *contrapunzón generoso*, *bajo contraste fondo-forma*, *desaturación del croma*, *simetría*, *degradado lineal*, *deconstrucción* y *eliminación de elementos del glifo*. La fuente utilizada es una romana

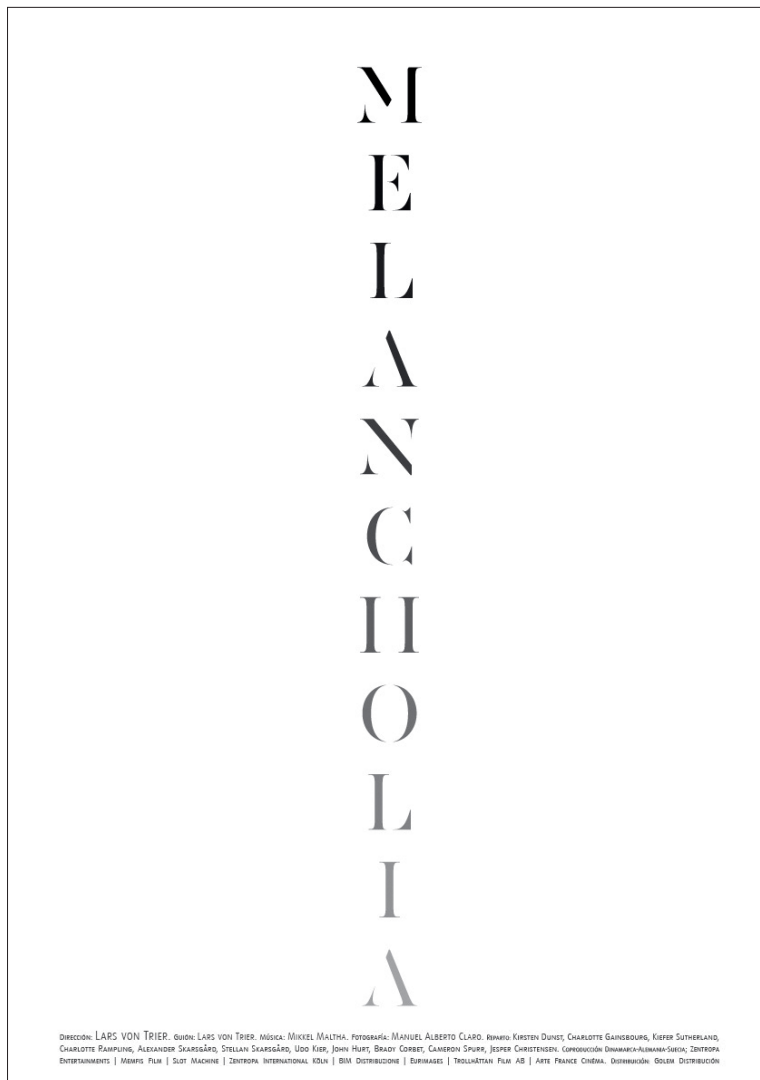


FIG. IV.16

FIG. IV.16. Artefinal del cartel para el filme *Melancholia* de Lars von Trier. Antonio Juan Roldán Peón, alumno de Tipografía III en Estudios Superiores de Diseño Gráfico, Escuela de Arte de Sevilla.

de contraste de modulación moderado y serifs clásicos. Por su eje de modulación vertical y el espesor regular de los caracteres se acerca al estilo de las fuentes diociochescas británicas del tipo Baskerville. La dignidad de su arquitectura y su tono clasista responden bien a la poética del filme. Los amplios espacios de silencio a ambos lados del texto titular aluden a la soledad y al aislamiento, y la obliteración de determinados elementos tipográficos parciales que aun así no dificultan la legibilidad son expresión del proceso de autoaniquilación y *disolución* del que los personajes del filme parecen ser víctimas. El bajo nivel de contraste entre el gris del texto y el blanco de fondo señalan también hacia el desvanecimiento, una suerte de desaparición que se expresa con efecto progresivo mediante el suave degradado lineal de dirección vertical que aclara el tono a medida que avanza hacia la parte inferior del cartel. La extrema desaturación del croma es signo aquí de abatimiento moral, un aspecto que se acentúa mediante el rigor de una rigurosa simetría de eje vertical que inmoviliza la composición, inoculándola con un carácter de pasividad y de indolencia que acerca la expresividad del elemento tipográfico al discurso fundamental del filme.

* * * * *

Como hemos visto a lo largo del desarrollo de este capítulo y más concretamente a través de los interesantes ejemplos de intervención tipográfica que hemos comentado, el potencial semiótico de la forma tipográfica acredita a la forma del texto como uno de los elementos gráficos de diseño que, más allá del propio contenido puramente literal, se constituye como uno de los vehículos de comunicación de mayor valor expresivo. El conocimiento razonado de sus posibilidades y una sistematización de su casuística estratégica desembocan, tal como hemos expuesto a lo largo de este capítulo, en una metodología proyectual que permite la resolución intelectualizada de los procesos creativos con finalidad semiótica.



LIBRO V

ADENDAS AL CUERPO DE LA TESIS

LIBRO V. ADENDAS AL CUERPO DE LA TESIS

INTRODUCCIÓN AL LIBRO V

ESTE LIBRO V RECOGE una serie de conjeturas que, en íntima relación con las reflexiones reflejadas en los Libros anteriores, sin embargo se conectan con ellas desde la previa prudencia de un ligero apartamiento. En estos textos efectivamente se especula sobre el potencial semiótico de la expresión escritora, referenciándola al ámbito de la gráfica mediática y engranando ésta con los mecanismos que articulan los fenómenos propiamente considerados como artísticos. Suponen entonces un intento de conciliación entre las llamadas *artes mayores* y *artes menores*, entre las manifestaciones consagradas del Gran Arte y las declaraciones comunicacionales de la gráfica de difusión.

En el primero de los capítulos se abordan los conceptos de *hermenéutica* y *comunicación*, para luego posicionar los procesos hermenéuticos en el ámbito de los sistemas semióticos, y considerar a la obra de arte como un proceso comunicacional que la convierte propiamente en sistema semiótico. La confrontación entre la configuración iconográfica en los tímpanos del románico español y en los capiteles de los espacios seculares vinculados a las órdenes monacales altomedievales, con las *vallas publicitarias* y los anuncios de prensa con contenido comercial publicitario, son el pretexto para especular sobre la imbricación de los objetivos, contenidos y poética plástica de las expresiones del arte con aquellas que pertenecen al campo de la gráfica mediática contemporánea.

En el siguiente capítulo se reflexiona sobre el progresivo desarrollo y cota de refinamiento que la semiótica gráfica publicitaria ha ido adquiriendo a lo largo de su relativamente corta existencia y que necesita de una reflexión que dilucide, o al menos cuestione, cuánto de potencial expresivo íntimo existe en unas manifestaciones que sin duda suponen hoy una ingente cantidad de material audiovisual que es testimonio y expresión de todo un sistema de convivencia social.

El texto se resuelve en forma de diálogo aporético. Sin pretender un discurso cerrado, con conclusiones fijadas de antemano, en la íntima convicción de que es más producente dialogar que concluir, debatir que sentenciar. El placer de viajar no estriba sólo en el punto de destino, sino en el recorrido. Como bien ha dicho Nietzsche, «la grandeza del hombre está en ser un puente y no una meta».

El capítulo que sigue contempla al hecho tipográfico como uno de los agentes clave, irrenunciables, que participan en el juego de la gráfica mediática actual, imbricando a la gráfica y al diseño en general en el complejo mecanismo de las sociedades occidentales contemporáneas cuyos centros de poder se han desplazado hacia los intereses de las grandes corporaciones que precisan, para hacer llegar sus discursos, de unos recursos y estrategias de comunicación derivados de aquellas técnicas propagandísticas que se desarrollaron fuertemente durante los dos grandes conflictos bélicos del siglo pasado. Estas circunstancias, unidas al cambio de estatus experimentado por la clase artística desde comienzos de la Edad Contemporánea y a la aparición de la actividad del diseño mediático a comienzos del siglo xx, parecen haber determinado un desplazamiento en la consideración de ciertas actividades plásticas tradicionalmente estimadas como artes menores hacia el ámbito de lo artístico.

Seguidamente se aborda el fenómeno de la recursividad del lenguaje en relación con la semiótica tipográfica a partir de las observaciones que hizo hace ya tres décadas el académico de Fonética y Fonología Daniel L. Everett sobre la tribu de los pirahã, una pequeña tribu que sobrevive, a orillas del río Maici en la Amazonia, al envite de las civilizaciones avanzadas manteniendo intactas su experiencia cultural y su lengua original. Las reflexiones de Everett sobre el efecto de recursividad, o mejor en este caso de *no recursividad*, de la experiencia de vida del nativo pirahã, se confrontan con las valiosas ponderaciones del tipógrafo alemán Otl Aicher acerca de las formas tipográficas de caja alta y caja baja en relación con determinados momentos históricos de la cultura occidental.

Por último se cierra el Libro V con una recreación en tono lírico de una disputa entre dos grupos de *suertes* tipográficas que cobrando vida se empecinan en confrontar el logro de sus proposiciones formales. Más allá del tono ligero y desenfadado que presenta, es posible discernir a través del cauce del texto aquello que para el doctorando suponen las formas escritoras, una especie de entes orgánicos, con vida propia, que inopinadamente se invisten a sí mismas con el hálito del avatar que las propicia.

LIBRO V. ADENDAS AL CUERPO DE LA TESIS

LA OBRA DE ARTE
FRENTE A LA GRÁFICA PUBLICITARIA.
UNA APROXIMACIÓN DESDE LA HERMENÉUTICA.

LA HERMENÉUTICA

Para la RAE, el término *hermenéutica* se refiere al «arte de interpretar los textos para desentrañar su verdadero sentido, y especialmente los textos sagrados».

Por extensión el concepto es aplicable a cualquier proceso de comunicación en el que intervenga el ser humano. Y es difícil por cierto, siendo éste indefectiblemente un animal comunicacional, imaginar una actividad que no lleve aparejada ese germen de intención comunicativa.

La hermenéutica es uno de los niveles con los que se conforma un sistema semiótico. Los diversos sistemas para la comunicación —los sistemas semióticos— se constituyen a modo de conjuntos de recursos que no podrían alcanzar la eficacia comunicativa si dichos recursos no dispusiesen a priori del consenso y la asimilación del grupo social que los utiliza. Por otro lado a veces queremos pensar, por comodidad, que a una idea le corresponde indefectiblemente un recurso comunicativo, esto es, que a un significado le corresponde inequívocamente un significante. Eso sería cierto para un sistema semiótico cerrado, absolutamente hermético, donde la equivalencia significante-significado fuera inflexible. Pero la bondad de un sistema inteligente para la comunicación estriba en establecer una economía de signos para una infinitud de necesidades expresivas. Dicho de otro modo, a través de los sistemas semióticos intentamos expresar la *Idea* de la manera más acertada posible, y ésta —la *Idea*— es difícilmente aprehensible; diríamos que se resiste continuamente a ser apresada dentro de los límites del corsé impuestos por el sistema. ¿Debemos sentirnos por ello decepcionados o más bien deberíamos congratularnos? Mejor lo segundo, pues si un sistema complejo, como por ejemplo el del lenguaje, no estuviese sujeto a la matización y a la polisemia, entonces ni la creación literaria, ni la poesía, ni la ironía ni siquiera el propio chiste serían posibles. En este sentido, el supuesto defecto del sistema se

convierte en virtud. Coincidimos con D.A.Dondis, tal como lo refiere en su ensayo *La sintaxis de la imagen*, en que un sistema semiótico que estableciese un catálogo estricto de equivalencias signifiante-significado anularía de facto la posibilidad de la expresión artística. Se refiere Dondis en su trabajo a los sistemas semióticos de naturaleza plástica.

LA COMUNICACIÓN

El término *comunicación*, muy a menudo, lo empleamos para definir un proceso informativo en el cual los contenidos que se transmiten tienen un carácter pragmático y puntual; vulgarmente, *un comunicado*. Eso es correcto, pero parcial. Nosotros extenderemos aquí el término a otros campos experienciales del ser humano: al terreno de lo anímico. Por ejemplo, la experiencia empática que nos embarga cuando nos situamos frente a una obra artística de calidad a cuyos efluvios somos afines. En el ideario sobre la Belleza de uno de los más relevantes tratadistas del renacimiento italiano, Leon Battista Alberti, este hilo de plata de la comunicación se tiende entre un receptor iniciado y una obra de calidad, siendo además esta actitud receptiva una cualidad inmanente al ser humano.

LA HERMENÉUTICA Y SU LUGAR EN EL SISTEMA SEMIÓTICO

A través de los procesos que interesan al hecho semiótico, es decir, a través de los significados de cada uno de los componentes básicos de la paleta de un determinado sistema de comunicación —la semántica— y a través de la manera en la que se conjugan estos componentes —la sintaxis— la obra emitirá un *mensaje* —término que se presta a matizaciones— que el receptor, en un ejercicio más o menos consciente de *hermeneusis*, deberá decodificar y al cual dará indefectiblemente una respuesta.

Lo interesante de la cuestión es que el problema hermenéutico no consiste sólo en la manera en la que el receptor decodificará ese mensaje. No es algo que atañe únicamente al receptor. Atañe también a la manera en la cual el codificador del mensaje —en una obra de arte, el artista— utilizará los recursos que el sistema le ofrece para provocar una hermeneusis interesada en el público receptor de la obra. Ello comporta por supuesto una primera y esencial condición: conocer muy bien el tipo de público al que vamos a dirigir el mensaje. Y desde luego comporta una segunda condición: conocer a fondo la cuestión de la cual queremos hablar a ese determinado público y para la cual, y utilizando unos recursos semióticos concretos, elaboramos la obra, ese *Caballo de Troya* que contiene en su seno el mensaje. Esto es así de manera transparente en

diferentes estadios de la historia de lo artístico. Y aventuraríamos la hipótesis de que lo es de hecho en cualquiera de los estadios que constituyen esa historia de la producción para el arte.

LA OBRA DE ARTE COMO PROCESO COMUNICACIONAL

En un esquema básico de la comunicación —EMISOR / MENSAJE / RECEPTOR— aplicado al proceso artístico estaríamos tentados de adjudicar el papel de *emisor* al artista. No obstante esto no es así, al menos en principio. El *emisor* es la entidad que tiene la necesidad de transmitir un *mensaje* al *receptor*. En pleno Renacimiento el *emisor* es el comitente, el que encarga la obra, el que necesita propagar una imagen interesada y favorecedora de sí mismo y de sus propias actuaciones, pero que no sabe cómo conformar ese mensaje al público objetivo al que desea adoctrinar o persuadir. El comitente no domina los recursos semióticos que le permitirían autoinvertirse con las cualidades anheladas. Pero el artista sí domina esos recursos. A través de la *Forma*, el artista construye —arquitectónicamente, escultóricamente, pictóricamente, literariamente, musicalmente...— la *imagen* ficticia que interesa al comitente teniendo muy en cuenta la utilización de una iconografía y una simbología que pueda ser recepcionada por el público en cuestión. Para ello ha de codificar el mensaje adecuadamente; ha de tener en cuenta el perfil hermenéutico del público receptor.

De hecho el visitante medio de un museo, hoy día, no decodificará esa misma obra antigua satisfactoriamente porque su perfil hermenéutico es otro, y él mismo ha dejado de ser parte del público objetivo hacia quien iba dirigida originariamente la obra. Y, por otro lado, la decodificación correcta, en el caso de un observador especializado, sólo producirá una información de carácter histórico-testimonial, puesto que la asunción del mensaje carece de sentido práctico para un receptor que pertenece a otro contexto histórico-social. Con todo esto, la posición del artista en el esquema de la comunicación queda: EMISOR (el comitente) / INTÉRPRETE (el artista) / MENSAJE / MEDIO (la obra de arte) / RECEPTOR, donde la obra de arte es entonces el *medio* o vehículo a través del cual el comitente consigue transmitir el *mensaje* a su público, con la ayuda del artista.

De igual manera, en la obra barroca, el espíritu tridentino impuso unas directrices para artistas estableciendo los perfiles del mensaje a transmitir. Y así, el artista hubo de elaborar creaciones impregnadas de un naturalismo convulso, sensual, patético, cercano, emotivo, tenso, sugerente y cautivador. El emisor —la Iglesia de la Contrarreforma— trazó la directriz a la cual hubieron de plegarse los intérpretes —los artistas— que elaboraron así unos mensajes convenientes, que fueron emitidos a través de los medios —la obra artística— hacia un público receptor —la cristiandad.



FIG. V.2.1



FIG. V.2.3



FIG. V.2.2

FIG. V.2.1. Tímpano de la portada occidental de la catedral de San Pedro en Jaca, Huesca. Siglo XI.

FIG. V.2.2. Capitel en la Iglesia de San Martín de Tours en Frómista, Palencia. Siglo XI.

FIG. V.2.3. Anuncio publicitario en el medio prensa para la firma *Armand Basi*.

EL TÍMPANO DE LA CATEDRAL DE JACA

A un público de diferente perfil hermenéutico va destinado el tímpano de la portada sur de la catedral de Jaca, primer edificio plenamente románico del Camino de Santiago (FIG. V.2.1). El historiador Olaguer Feliú nos lo describe en su libro *El arte románico español*, y la significativa decodificación que nos ofrece corresponde al mensaje que a través de un proceso hermenéutico deduciría un observador del siglo XI colocado frente a él. El simbolismo del Crismón, la peculiar constitución del mismo como una rueda, las flores como emblemas trinitarios, el Alfa y el Omega como principio y fin de la existencia, el león manso y el león furioso como expresión del amor y de la ira de Cristo, el hombre con la serpiente que se arrastra bajo el león manso como sinónimo del arrepentimiento del pecador y del perdón de Cristo a los pecados, el oso y el basilisco bajo el león fiero como símbolo de la ira de Cristo ante la muerte del alma y el pecado, además de los textos epigrafiados que complementan literalmente el significado de las imágenes. Un mensaje, en suma, que aunque ahora se nos antoje críptico fue, sin embargo, naturalmente asequible para un hombre común del altomedievo, adoctrinándole acerca de las constantes de su conducta y advirtiéndole del peligro de la tentación. Que el público objetivo era un público no especialmente culto lo corrobora la ubicación de este relieve en los muros externos del edificio, como mensaje destinado al público masivo que acudía a los oficios rutinarios de la Iglesia. Y de hecho fue tal lo acertado de su argumentación que varios tímpanos posteriores pertenecientes a otros templos utilizaron esos mismos elementos argumentales con pocas desviaciones sobre el original de Jaca.

LOS CAPITILES DE SAN MARTÍN DE FRÓMISTA

La construcción de la catedral de Jaca corrió paralela en el tiempo a la iglesia de San Martín de Frómista. Si el recinto de Jaca tenía por objeto acoger a un público masivo de peregrinación jacobea, Frómista formaba parte de un complejo monástico. Al ser otro su público —monjes con formación cultural muy superior a la del hombre común altomedieval—, los mensajes catequéticos se adecuaban a él de diferente manera. Y así, vemos que aquí no existen mensajes a nivel masivo pues los tímpanos exteriores no exhiben ornamentación, mientras que en el interior del recinto sagrado, en los capiteles (FIG. V.2.2), se desarrolla un discurso simbólico a través de una iconografía sólo al alcance de un público cultivado, como de hecho lo eran los destinatarios del mensaje. En los relieves de los capiteles se despliega una serie de narraciones históricas y de cuadros moralmente edificantes que con el trasfondo de la temática *Concordia-Discordia*, requieren desde luego para ser comprendidos de una sólida formación cultural. Sólo así sería

posible la recepción de un mensaje emitido mediante una hermeneusis compleja, orientada a un público especializado.

ARMAND BASI

En plena contemporaneidad, la obra gráfica publicitaria se erige en eficaz procedimiento persuasivo que, al igual que ocurriese en tiempos pretéritos, se ajusta al modelo de comunicación ya comentado más arriba. Un emisor —la corporación— necesita comunicar una idea —el mensaje— a un receptor —el público consumidor— y para ello requiere los servicios de un intérprete especialista —el diseñador gráfico— que materialice el mensaje y lo haga comprensible, haciéndolo llegar de la manera conveniente —el soporte publicitario— al público objetivo —el consumidor.

En el anuncio de prensa de Armand Basi (FIG. V.2.3), firma comercial de moda y complementos, el *producto* ofrecido, más allá del propio producto físico, es aquella cualidad deseada que el público obtendrá si lo consume. En las modernas estrategias de difusión de un producto comercial es indispensable atender a la *idiosincrasia del consumidor*, una serie de circunstancias y actitudes que forman parte de la personalidad del público objetivo y que constituyen un universo formado por sus inquietudes, deseos, anhelos, esperanzas, miedos, posicionamientos, ideario, etc. y que dibujan los perfiles de su personalidad. Es a ese universo personal, a esa cosmogonía singular, a la que se dirige con frecuencia el comunicador publicitario para hacer llegar su producto. Siendo así que el producto se presenta al receptor no ya mediante sus características objetivas sino a través de cualidades subjetivas que se apoyan en las circunstancias que conforman su esfera idiosincrásica, estableciendo un puente que una a producto y público utilizando como materia prima constructiva alguna de las circunstancias que definan el perfil del consumidor. Así, en este soporte de Armand Bassi, a través de una lectura hermenéutica, el público objetivo percibe inconscientemente que el beneficio del producto es un conjunto de circunstancias que inciden en su esfera de intereses: masculinidad, sensualidad, elegancia, potencia, virilidad, éxito social, etc.

A través del modelo fotográfico estos beneficios están expresados mediante recursos tales como la propia característica física del personaje, la posición erguida del cuerpo, la carta de la baraja española con el as de bastos que muestra en sus manos, los tonos grises en los que está interpretada la imagen, el fuerte contraste *fondo-forma*, y otros. Curiosamente, el mismo beneficio del producto se expresa a través de recursos exclusivamente tipográficos; así, observamos que se emplea para el texto Armand Bassi una tipografía sobria de tipo *grotesco*, en mayúsculas, con eje vertical, de proporción extendida, de gruesas astas, en tonos grises, con fuerte contraste fondo-forma, inundando el espacio disponible para el texto, etc.

Esta lectura será efectiva para el tipo de público objetivo, *target* en el argot publicitario, al que vaya orientada la campaña, pero no para otros que no interesen. Para otros públicos, entonces, otros productos ofrecerán beneficios diferentes que emplearán las estrategias de persuasión que se estimen oportunas, dependiendo de la idiosincrasia de ese target.

KODAK Y SUS 400 ASA

Hacia los años 70 Kodak lanzó una campaña para promocionar un nuevo producto de su gama, una película de alta sensibilidad, con un índice de 400 ASA. En el primer soporte, destinado a un sector de público definido a partir de una segmentación geográfica –público francés–, la compañía ha de dirigirse a un target ya iniciado y versado en los procedimientos técnicos de la fotografía, un público tecnológicamente culto (FIG. V.2.4). Por tanto, el anuncio se elabora aludiendo directamente a las circunstancias técnicas derivadas del uso de una película de alta sensibilidad, esto es, obturación más rápida, menor diafragma, mayor profundidad de campo, etc. Sin embargo en el segundo de los soportes, destinado a otro sector definido también por segmentación geográfica –público español–, pero menos versado en los protocolos técnicos, la argumentación cambia (FIG. V.2.5). Se supone en este caso que la principal preocupación de este público, desconocedor de la tecnología interna del aparato, es el efecto de foto *movida*, en condiciones de luminosidad adversas. Una película de más sensibilidad paliaría el problema. O dicho de otra manera, para evitar una velocidad de obturación lenta –*cliiiiiiick*– se ofrece una película de alta sensibilidad que permita un disparo rápido –*click*.

En el esquema de la comunicación observamos, entonces, que para un mismo producto y una misma cualidad, las argumentaciones sin embargo cambian dependiendo del tipo de público al que habremos de dirigirnos, y que por tanto requiere estrategias hermenéuticas diferentes.

La similitud entre el caso del tímpano de Jaca y el *Cliiiiiiick* de Kodak es evidente. Como asimismo lo es en el caso del *Gagnez un Diaphragme* de Kodak y los capiteles de San Martín de Frómista. En ambos casos dos segmentos de público diferentes y un mismo producto que publicitar, determina la utilización de estrategias de acercamiento adaptadas a sus respectivas idiosincrasias.

MIQUEL BARCELÓ Y EL RETABLO DE PALMA DE MALLORCA

Adecuar la hermeneusis al público al que se dirige la obra es algo que, a pesar de ciertos posicionamientos falaces, nunca ha dejado de preocupar al ejecutor de la obra comunicacional, ya sea éste artista, grafista o profesional de cualquiera otra especie comunicativa.

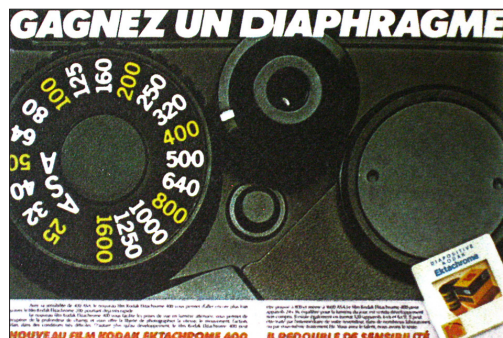


FIG. V.2.4



FIG. V.2.5

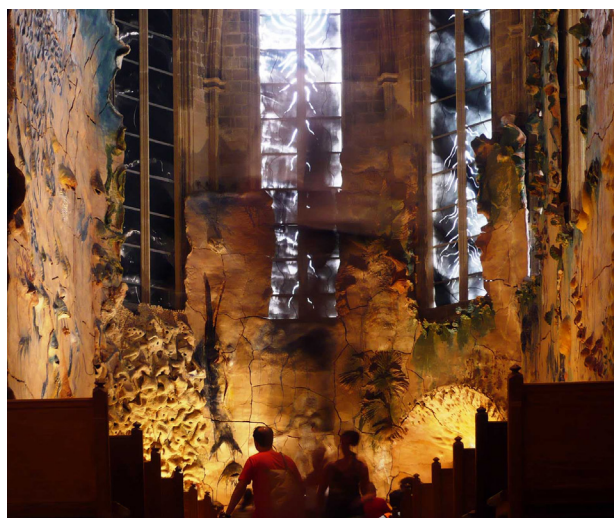


FIG. V.2.6

FIG. V.2.4. Valla publicitaria de una campaña de *Kodak* para el lanzamiento en Francia de una película de alta sensibilidad de 400 ASA.

FIG. V.2.5. El mismo producto de *Kodak* para una campaña de lanzamiento en España.

FIG. V.2.6. Intervención de Miquel Barceló en la capilla del Santísimo de la catedral de Palma de Mallorca.

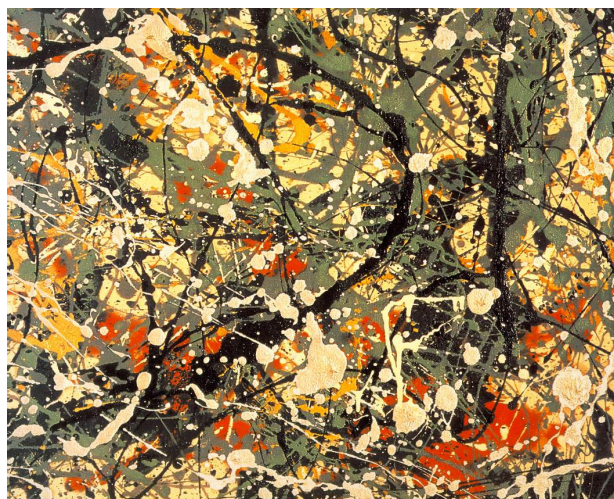


FIG. V.2.7

FIG. V.2.7. Fragmento de *Number 8* de Jackson Pollock, 1949.

Se diría que en la intervención de Barceló para la capilla del Santísimo en la Catedral de Palma de Mallorca (FIG. V.2.6) la libertad del artista demiurgo no ha sido violada. Es curioso cómo a este respecto se guarda un silencio tácito por parte tanto del artista como del comitente. Y aun así, un espíritu creativo libre como Barceló no puede evitar en un momento dado citar, acúdase sino a los artículos de prensa, una obligada aunque fugaz referencia al programa iconográfico impuesto por parte de la autoridad eclesiástica. Así como a las condicionantes estéticas derivadas de las intervenciones anteriores en el templo mallorquín por parte de artistas de la talla de Antoni Gaudí o Josep María Jujol. Por no citar las inevitables modificaciones y desviaciones que, a partir de la propuesta original, el proyecto hubo de sufrir. A través de estos inevitables reajustes —que nos recuerda la tribulación miguelangelesca provocada por los envites de una sinfonía sextina dirigida por la batuta juliana— se hace evidente la obvia preocupación por parte del comitente —la Iglesia— de que la obra sea aprehendida y asimilada por el público —los fieles— al que se destina. E incluso se vislumbra por parte del artista y a pesar de él mismo, sólo en apariencia, una preocupación de carácter hermenéutico ¿Será su obra comprendida en la medida y manera en la que él desea que así ocurra?

POLLOCK Y EL GESTO

La desgarrada y apasionada caligrafía de Pollock nos cautiva, pura expresión gestual de la animosidad del artista, de su propia singularidad (FIG. V.2.7). El artista crea ahora por sí y para sí. Pero... ¿es esto del todo cierto? ¿Ya no son aplicables los esquemas de la comunicación? ¿Ha desaparecido el comitente, el emisor? ¿Ya no importa a priori el público consumidor de la obra, el receptor?

Puede ser cierto que en la concepción del artista libre que declara a través de su obra su propia singularidad, el emisor ya no sea un agente externo a él. Esto suponiendo que la Galería, el *Marchand* o incluso el crítico de arte benefactor —en el caso de Pollock, lo fue Clement Greenberg— no se erijan en emisores que delimiten las condiciones de trabajo del artista demiurgo. En el mejor de los casos, es decir, en el caso de que el artista sólo responda a su propia *Idea*, lo que sucede es que el artista, curiosamente, ha ocupado simultáneamente dos posiciones en el esquema de la comunicación. Ahora no sólo es el intérprete sino también el emisor. Se interpreta a sí mismo. Y esto es importante porque habitualmente se suele suponer, con mucha ligereza, que el hecho de que no exista un emisor convencional, un comitente, lleva aparejada la inexistencia de un receptor, en el sentido de un público objetivo que requiera la elaboración de una hermeneusis. Nos referimos con ello a la engañosa imagen de un artista que crea por sí —sin

emisor— y para sí —sin preocuparse del público. Esto es una falacia. Por contra, en el momento en que el artista tiene la necesidad de comunicar su propia singularidad se erige en emisor que interpreta esa necesidad, construyendo un mensaje —la *Idea* de la obra— que comunica a través de un soporte —la obra artística— a un público con el que anhela sintonizar. Hemos visto con demasiada frecuencia cómo el artista que dice de sí mismo ser autosuficiente y no preocuparse del grado de comprensión de su obra por parte del público, sin embargo se desespera y rebela contra aquellos que no la perciben adecuadamente, malinterpretándola según los parámetros de adecuación del propio artista. ¿Cómo puede incomodar a un artista que supuestamente trabaja a espaldas del público que ese mismo público le malinterprete o sencillamente le haga el vacío?

De esta manera, pues, hay que decir que sí es posible una comunicación en la que las funciones de emisor e intérprete provengan del mismo individuo, pero en absoluto sería posible una comunicación en la que emisor, intérprete y receptor se den en una misma persona, por el simple hecho de que de ese modo no es factible un proceso comunicacional.

Y sin embargo... de manera indefectible... el Arte es *comunicación*.

LA HERMENÉUTICA DIRIGIDA Y LA HERMENÉUTICA ANIMISTA

Existen dos niveles de hermeneusis en la obra artística. Dos niveles de percepción intelectual. Al primero lo llamaremos aquí nivel de *hermenéutica dirigida* y no es otro que el proceso de percepción del mensaje que ya hemos expuesto; para lograr el cual el creativo, por medios que podríamos llamar *de laboratorio* utiliza adecuadamente los recursos expresivos adecuados hacia el logro de una comunicación eficaz. Al segundo nivel lo llamaremos *hermenéutica animista* atendiendo a la definición de animismo que ofrece el diccionario como «creencia en la existencia de espíritus que animan todas las cosas».

Adentrarnos en el nivel animista puede resultar resbaladizo y, cuando menos, perturbador. Pero no obstante ese nivel es una realidad y como tal la percibimos. Conocemos la sintomatología del hecho pero desconocemos la causa. Experimentamos una hermeneusis anímica cuando entre nosotros y una obra se produce el milagro de la comunicación, más allá de la específicamente *dirigida*. Cuando vibramos ante una obra antigua, desligada ya de las funciones temporales y coyunturales que la originaron. Experimentamos la *hermenéutica animista* cuando en una obra comunicacional, por encima de sus funciones simbólicas, mercantiles, testimoniales, históricas, etc., percibimos una animosidad, una empatía anímica; cuando se establece un finísimo e íntimo hilo de plata conductor, un invisible cordón umbilical a través del cual la obra nos alimenta, nos conmueve, nos *comunica*.

Ese hilo de plata es el vaso comunicante atemporal que nos une al estadio profundo de la obra y que nos proporciona una experiencia íntima, permitiéndonos percibir la Belleza de su honesta desnudez, desprovista ya la obra de los refajos y del lastre de sus funcionalidades pretéritas. La obra de arte, en su nivel de *hermeneusis animista* se transmuta en óculo a través del cual nos asomamos a la inefable armonía del más allá de los límites de la caverna platónica. Por desgracia, o por fortuna, este *retratar* el efluvio que muy ocasionalmente se produce entre las dimensiones de fuera y de dentro de la caverna es un proceso que escapa incluso a la consciencia del propio autor de la obra. Se adhiere a ésta sin que el artista, artífice, creativo, comunicador en definitiva, esté avisado de ello. Para manifestarse al receptor, este singular *efluvio* depende desde luego de otras funciones de la obra, simbólica, estética, etc., pero éstas jamás serán el seguro salvoconducto de dicho efluvio. Y cualquier obra de comunicación, reflexionar sobre ello es realmente relevante, es susceptible de contenerlo en sí misma.

Teniendo en consideración la naturaleza comunicacional de la obra gráfica publicitaria, y reflexionando sobre la similitud entre los esquemas de comunicación de ésta y la obra artística ¿sería posible que en la experiencialidad de un público futuro estuviese retrospectivamente considerada como *artística* esta relativamente moderna actividad del ser humano que llamamos gráfica publicitaria?

Heinrich Wölfflin, en su acertado ensayo intitulado *Renacimiento y Barroco*, apuntaba ya que la manifestación incipiente de una vanguardia artística germina a menudo en aquellas obras consideradas en su momento de pequeña entidad y que se producen, insertas en la cotidianeidad de su contexto, al margen de unas realizaciones artísticas oficiales de envergadura que se expresan ya en un lenguaje manido y falto de enjundia. Por tanto si el *Gran Arte*, tras haberse desligado progresivamente de sus funcionalidades sociales; tras su progresiva desmaterialización; tras autoeximirse de un público masivo con el que apenas sintoniza; tras haberse, en fin, exonerado de las ataduras de la caverna platónica y haberse asomado a la Gran Luz exterior en pura experiencia mística de acercamiento a lo divino... ¿No podría ser que las funciones que antaño fueran propias del artista, habiendo éste de motu propio renunciado a ellas, hayan pasado a manos de otros actores sociales cuyas cotidianas actividades de comunicación contienen en sí mismas todas las particularidades que reconocemos en esas obras comunicacionales que definimos, sin dudar, como *obras de arte*?

LIBRO V. ADENDAS AL CUERPO DE LA TESIS

EL VALOR AÑADIDO.
UNA REFLEXIÓN SOBRE LA INMANENCIA
DE LO ARTÍSTICO EN LA GRÁFICA PUBLICITARIA

EGO— ¡Hay motivos para considerar al grafismo publicitario como una de las expresiones artísticas más características y reveladoras del espíritu de nuestra época!

ALTER EGO— Pero la publicidad está absolutamente alejada de esa consideración. Es banal, interesada, partidista y actúa bajo las directrices de equipos de marketing que se orientan hacia los fines puramente lucrativos de anunciantes sin escrúpulos. Hay una insana connivencia entre el grafista publicitario y el interés de la industria y de lo privado, cuando no de la mezquindad de algunas instituciones.

EGO— Asimismo el arte ha sido en repetidas ocasiones de apariencia banal y partidista. También ha actuado bajo directrices marcadas por el comitente, orientando así sus recursos según el objetivo de comunicación impuesto por aquél que encargaba la obra. En lo que respecta a la connivencia con lo privado también hay ejemplos extraordinariamente positivos en la trayectoria histórica de la actividad artística, como en la experiencia del Werkbund, en la de la Bauhaus, en la de la Escuela de Ulm... Incursiones de lo artístico en lo publicitario con magníficos ejemplos como los de Alexander Rodchenko, Eleazer Lissitzky, Josep Renau, René Magritte, Alfons Mucha, y un interminable etcétera. Y en lo referente a connivencias insanas con los estamentos institucionales citemos sólo a la extraordinaria Leni Riefenstahl, cuyo trabajo —del cual podemos detestar su discurso implícito— aun sigue cautivando por su calidad artística. Mucho más atrás en el tiempo, en la lúcida descripción que Jean Gimpel hace de las relaciones entre la burguesía y el alto clero de la sociedad italiana del trecento, y tras establecer un retrato psicológico de Giotto —el pintor del *pobre de Asís*— como un individuo perteneciente a una burguesía despiadada y amoral, refiere que hacia finales del siglo XIV el poder del clero «está desde entonces

inextricablemente ligado a la sociedad monetaria burguesa. La Iglesia en el siglo XIV no puede, sin condenarse ella misma, adoptar las ideas revolucionarias de San Francisco de Asís» así que cuando se llama a Giotto para representar la vida del santo en su propia basílica, el papado está seguro de que el pintor ejecutará el pedido en el espíritu que conviene. «Para millones de hombres a través del mundo, Giotto es el pintor venerado y fiel del pobrecito de Asís. En realidad, San Francisco debió estremecerse de espanto en su tumba, traicionado, ahogado por Giotto, ese representante odiado del mundo del dinero que él había combatido hasta el agotamiento. San Francisco hubiera arrancado los frescos y hecho demoler la basílica. Fiel a las indicaciones que debió recibir de Roma [...] hizo aparecer al santo en medio de la gran burguesía y no entre los pobres [...] Traicionó hasta el decorado, recubriendo la pequeña iglesia de Santa Clara, que conocía bien, con una lujosa fachada de mármol.» Y sigue, diciendo que «la pintura es entonces un medio de acción psicológica y política»¹ En el sentido de un arte mercenario encargado de la divulgación propagandística del discurso que conviene al comitente, Giulio Carlo Argán, refiriéndose a la arquitectura, señala que las formas artísticas de las edades Antigua y Moderna «significaban y comunicaban. La catedral significaba y comunicaba la presencia de Dios o la autoridad de la Iglesia; el palacio real, el poder soberano; la casa señorial, el rango o el censo del propietario. En definitiva, comunicaban el orden jerárquico que desde arriba se imponía a la sociedad; en otras palabras, la comunicación era precepto, norma, orden»² y el artista era el consentido vehículo de difusión de esta propaganda. Sin embargo, la grandeza de la obra artística reside en un estrato más profundo, por debajo del nivel del córtex.

ALTER EGO— ¿Y cuál sería, en ese estrato profundo, el nexos que vincularía la expresión de lo publicitario con la expresión de lo artístico?

EGO— El Hecho Publicitario es un fenómeno marcado por el trasfondo de lo comunicacional. Y desde ese punto de vista hemos de considerar su indudable parentesco con el Hecho Artístico en tanto en cuanto si algo podemos decir de éste es que se trata asimismo de un proceso de comunicación.

ALTER EGO— Esa es una aseveración absolutamente apresurada y hasta frívola pues si fuera cierta, de igual manera habría de decirse que es arte un panfleto, o una proclama, o el titular de un diario o cualquier otro soporte que emitiese información. Además, el verdadero artista no

1 GIMPEL, Jean: *Contra el arte y los artistas*. Barcelona, 1979, pp. 25-27

2 ARGAN, Giulio Carlo: *El arte moderno*. Madrid, 1998, p. 254

espera necesariamente una reacción a favor o en contra de un público receptor. El artista auténtico se satisface a sí mismo con su obra y es inmune a la crítica. Ciertamente ha de serlo, pues de otro modo no podría desarrollar sus capacidades en toda su plenitud.

EGO— Si hubiese existido alguna vez una sola obra tan profundamente desafortunada que no hubiese podido hallar ni tan siquiera un solo receptor, esa obra sencillamente no habría existido. En total sintonía con Berkeley afirmamos que «ser es ser percibido» y aseguramos con toda certeza que no hay nada más desolador para un artista que el hecho de que su obra no sea recepcionada como él desea. ¿Cómo sino podría ser de otra manera? ¿Qué sentido tiene poner en funcionamiento el a veces placentero, a veces doloroso, mecanismo de la retórica del gesto comunicativo si a la vez no se espera, no ya una simple aquiescencia, sino por el contrario una empatía profunda, una simbiosis mística, una intensa comunión por parte del que habrá de recibir el mensaje que se encierra en esa mágica botella?. Es fácil observar que los artistas que declaran esa supuesta indolencia suelen ser, por contra, los más irritados ante las acogidas adversas y ante la incompreensión de un público impermeabilizado. Esa visión del genio autosuficiente, que es emisor y receptor al mismo tiempo es la imagen falaz de un romanticismo estereotipado, trasnochado y falso. Es cierto que durante el proceso de gestación es absolutamente necesaria la total honestidad, la entrega incondicional del ejecutante —solos la materia y él en la intimidad creadora— pero no es menos cierto que desde el momento en que el artista decide cortar, una vez dada por finalizada la obra, el cordón umbilical que le unía a ella, anhela de ésta que actúe como una extensión de sí mismo, de su propio discurso, transformada en portavoz de sus íntimos mensajes.

ALTER EGO— Precisamente deduciríamos de todo ello la diferencia abismal que separa a las Bellas Artes de las artes aplicadas. Mientras que aquéllas se entregan al sublime ejercicio de traducir con belleza las intimidades del espíritu individual del artista, podemos afirmar que la gráfica publicitaria es una actividad mercenaria porque está al servicio del interés privado de las corporaciones comerciales cuyo único objetivo es el lucro perpetuo a expensas de la manipulación indiscriminada y ominosa de la masa social, a la que considera un objeto, un «target» en el propio argot publicitario, es decir: una diana hacia la que dirigir el dardo incisivo y envenenado de su discurso.

EGO— Desde las fechas más distantes a las que somos capaces de remontarnos y hasta al menos el siglo XIX no ha existido ninguna corriente artística, considerada en su conjunto, que no haya

estado bajo el patrocinio y al servicio de una fuerza social, ideológica, política o religiosa determinada. Incluso en pleno siglo xx, para Maiakovsky, el ideal del movimiento constructivista es el que entiende al arte como una «elaboración formal del artista sólo como ingeniería, como un trabajo indispensable para dar forma a toda nuestra vida práctica. [...] En esto no valen las conjeturas estrambóticas»³ Para el grupo de artistas reunidos en el movimiento ruso del LEF (Frente de Izquierda de las Artes) era esencial el compromiso social tras la Revolución de Octubre y «habían comprendido que un arte nuevo no podía prescindir del hecho de que un pueblo innumerable se había convertido en el primer protagonista de la historia, en Estado [...] Estaban convencidos de que el arte debía dejar de ser puro experimento y juego gratuito para convertirse en expresión de la verdad revolucionaria y en vehículo de las ideas que la revolución había suscitado»⁴. Para Mario de Micheli, Léger estuvo especialmente preocupado por conciliar su actividad artística con la realidad social viva de su momento siendo «uno de los pocos, y en algunos aspectos el único, que empezó a ver la reinserción del artista en la sociedad. En él vuelven a manifestarse algunos motivos del sentido positivo de la vida...»⁵ Según Verkauf en el movimiento dadaísta se advierte la «profunda nostalgia de una comunión creadora entre el arte y el pueblo... [y] ...no se contentaban ya con un arte que se había convertido en un negocio puramente privado... [anhelando] ...poner este arte de acuerdo con el hombre activo, con la vida que late en su plenitud»⁶ Para Juan Gris, en el compromiso social de ser hijo de su tiempo, «se puede inventar aisladamente una técnica o un procedimiento, pero no una condición espiritual»⁷ Esa condición del espíritu de la época, ese *zeitgeist* que refleja el clima intelectual y cultural de una era, había propiciado según señala Nikos Stangos que los seguidores del movimiento neoplasticista holandés fueran «cayendo progresivamente bajo la influencia de la nueva objetividad antiarte que, derivada en última instancia de las preocupaciones del socialismo internacional, se interesaba primordialmente por los logros técnicos de un nuevo orden social»⁸ En esa línea, la postura del movimiento constructivista fue la de ser la expresión de una convicción

3 DE MICHELI, Mario: *Las vanguardias artísticas del siglo XX*. Madrid, 2008, p. 240

4 DE MICHELI, Mario: *Las vanguardias...*, op.cit. p. 238

5 DE MICHELI, Mario: *Las vanguardias...*, op.cit. p. 193

6 DE MICHELI, Mario: *Las vanguardias...*, op.cit. p. 147

7 DE MICHELI, Mario: *Las vanguardias...*, op.cit. p. 188

8 STANGOS, Nikos: *Conceptos del arte moderno*. Madrid, 2006, p. 133

profundamente consciente de que el artista podía elevar las necesidades físicas e intelectuales de la sociedad de su momento, conciliando su disciplina con la industria, la ingeniería y los modernos medios de comunicación social. «Para los constructivistas un nuevo mundo acababa de nacer y creían que el artista, o mejor el diseñador creativo, debía ocupar su lugar junto al científico y al ingeniero».⁹

ALTER EGO— Pero la publicidad, con su discurso estereotipado, corroee en sus cimientos al armazón social, provocando actitudes de fondo que embrutece e idiotizan al ser humano, propagando con la fuerza de un ciclón a través de los mass media sus argumentos vanos e insustanciales siendo, de hecho, uno de los peores males de nuestro actual sistema social.

EGO— Con frecuencia se culpa al aparato publicitario de incidir negativamente en los estratos más profundos del colectivo social, y con ello se le otorgan competencias que ni tiene ni necesita tener. En uno de sus ensayos, Ortega¹⁰ define al ser humano como un ser básicamente constituido por un sistema de *ideas* y de *creencias*. Por *creencia* se refiere a una serie de posicionamientos de fondo a partir de los cuales el hombre construye su catálogo de *ideas*. Las *creencias* se encuentran tan arraigadas en la base que son prácticamente invisibles a la persona que las posee; las *ideas* por el contrario se encuentran en un estrato más cercano a la superficie y son el fruto de reflexiones conscientes que, no obstante, siempre se constituirán en función de las propias creencias. Extrapolando este sistema individual a lo colectivo podemos decir que en su conjunto la conciencia de un determinado grupo de individuos se perfila a partir de un conjunto de *actitudes* (posicionamientos de fondo). Por su propia naturaleza estas actitudes sólo pueden ser modificadas a largo plazo. El elevadísimo coste del aparato publicitario, sumado a la necesidad de obtener de manera inmediata unos resultados favorables de cara al consumo de un producto hacen inviable la manipulación de esos posicionamientos de fondo que hemos dado en llamar *actitudes*. Las dos fuerzas de alteración masiva de los comportamientos que son capaces de alterar la actitud colectiva son la Propaganda y la Educación, la primera de ellas para acercar sibilinamente la masa a los intereses particulares del que emite, y la segunda para convertir a la ciudadanía en un conjunto de sujetos individuales y autosuficientes. La Publicidad lo que persigue es la alteración de los *hábitos*, entendiendo por este término una serie de comportamientos en los que interviene el impulso volitivo hacia la adquisición de productos, bienes o servicios.

9 STANGOS, Nikos: *Conceptos...*, op.cit. p. 136

10 ORTEGA Y GASSET, José: *Ideas y Creencias*. Madrid, 2007

Y para lograrlo, la Publicidad se vale de todos los recursos disponibles, y entre ellos se encuentran las actitudes de la masa. Pero no para alterarlas sino para auparse en ellas y construir un discurso persuasorio que aproveche indiscriminadamente ese sedimento actitudinal —bueno o malo— de los diferentes públicos a los que ha de llegar. «En cuanto algo se convierte en conformismo y tradición es difícil que escape a la publicidad». ¹¹

ALTER EGO— La publicidad entonces no sólo es pura denotación, sino que de manera más o menos encubierta utiliza los procesos connotativos, lo que la hace particularmente perniciosa.

EGO— Evidentemente también el arte puede ser connotativo. Salvado el primer nivel de reconocimiento icónico de la *Palas y el Centauro* de Botticelli, y adentrándonos en el siguiente es fácil, para un observador iniciado, reconocer el drama mitológico. Pero lo que hace más interesante a esta obra desde el punto de vista de la comunicación es el siguiente nivel, el connotativo, donde se expresa la victoria del intelecto divino por sobre la fuerza bruta de lo humano o lo que es lo mismo: la victoria y la supremacía de Florencia sobre Siena. Y así, las connotaciones imperialistas del retrato de Luis XIV por Hyacinthe Rigaud, o el «poder de la voluntad» nietzschiano en la obra de Leni Riefhenstal, y un largo etcétera.

ALTER EGO— Pero el publicista propaga contenidos que se apartan de los puramente artísticos, del sentimiento individual, de la expresión íntima del alma creadora. La publicidad se debe a una función pragmática.

EGO— Como les ocurrió a los constructivistas, o a los neoplasticistas, o a los prerrafaelistas, o al movimiento morrisiano Arts & Crafts. En la Rusia de comienzos del siglo pasado «al paso que aspiraban a la unificación del arte y la sociedad, los constructivistas fueron expurgando de sus mentes y de su vocabulario las clasificaciones arbitrarias que tradicionalmente habían impuesto una escala jerárquica sobre el arte, otorgando la supremacía a la pintura, la escultura y la arquitectura. La idea de que las bellas artes fuesen superiores a las denominadas artes aplicadas, para ellos ya no era válida» ¹². Inmediatamente después de la marcha definitiva de Kandinsky hacia Alemania, en la Rusia leninista «se crea un programa nuevo y se acentúa la división entre el arte de laboratorio y el arte industrial» ¹³ Ya en el pensamiento de la segunda mitad del siglo XIX, como dice Joan Sureda refiriéndose a Ruskin «la obra de arte es una entidad

¹¹ PÉREZ GAULI, Juan Carlos: *El cuerpo en venta*. Madrid, 2000, p. 198

¹² STANGOS, Nikos: *Conceptos...*, op.cit. p. 137

¹³ BERNARD, Edina / MARÍN, Marta: *Las vanguardias (1905-1945)*. Barcelona, 2008, p. 75

abstracta condicionada por un proceso continuo, que incluye las circunstancias económicas y sociales de partida, las relaciones con el destinatario y los métodos de producción», y añade con respecto a William Morris que «profundizó en las relaciones entre el arte y la estructura social. Su socialismo utópico le hizo constituir los famosos Arts & Crafts con los que intentó superar la distancia que existía entre el arte y la utilidad». ¹⁴

ALTER EGO— ¿Y qué decir de la absorción por parte de la retórica publicitaria de recursos gestuales propios de la retórica artística? La publicidad ha sido influenciada por el arte y no al revés.

EGO— Todas las manifestaciones del ser humano están profundamente imbricadas y se interrelacionan bidireccionalmente. Lo que sucede es que toda actividad novedosa se apoya en sus comienzos en los modos que le son propios a aquellas otras que por algún motivo pueden serle afines. Así sucedió al comienzo de la actividad publicitaria con respecto a la pintura si pensamos en la cartelería de Ramón Casas o de Toulouse Lautrec. Lo mismo sucedió con la fotografía pictorialista, y con las artes del libro renacentista con respecto al manuscrito miniado medieval, etc. Pero más allá de coyunturas pasadas, desde hace tiempo la publicidad, como expresión de nuestro tiempo, ha influido e influye sobre el aparato artístico; como así lo demuestra la obra de Lichtenstein o la de Warhol. Para Juan Antonio Ramírez, refiriéndose a la consideración de la cultura visual de masas como objeto digno de reflexión desde la Historia del Arte, certifica que es importante observar que «la actividad artística contemporánea se haya visto muchas veces influida, en su sentido, en sus formas, y en sus prácticas, por la aparición y evolución de los diversos medios icónicos de comunicación masiva». ¹⁵

ALTER EGO— Y sin embargo lo publicitario carece de la profundidad y la densidad de lo artístico.

EGO— Atendiendo a los diferentes niveles de comunicación no podemos establecer diferencias entre una y otra actividad. El primer nivel de reconocimiento icónico básico es evidente en ambas. El segundo nivel, en el que se reconoce la trama argumental, también. El tercer nivel, que podemos denominar connotativo o del mensaje adherido asimismo podemos hallarlo en las dos disciplinas. Y en cuanto al que podríamos considerar como cuarto nivel de comunicación, ahí sería realmente donde reside la esencia permanente e intemporal, el valor inmanente de la

14 SUREDA, Joan / GUASCH, Ana M^a: *La trama de lo moderno*. Madrid, 1993, p. 84

15 RAMÍREZ, Juan Antonio: *El mundo contemporáneo*. Madrid, 2006, p. 414

obra. De su posible existencia en el aparato de la gráfica publicitaria es precisamente lo que tratamos de dilucidar aquí. Estos niveles efectivamente pueden existir en la obra gráfica publicitaria. Lo interesante es despojar a la obra de su envoltura superficial y llegar a la profundidad de su discurso. Es un reto el descubrir el lenguaje, la semiótica, la utilización de los elementos semánticos y sus relaciones sintácticas para aproximarse a la nueva hermenéutica que ya está vigente. Pero más allá de la dilucidación de un lenguaje visual, la semiótica gráfica no ha de ser unívoca. Tal y como expresa Giulio Carlo Argan, la sociedad que el industrialismo había estado, desde sus comienzos, preparando no habría de ser –de acuerdo con la filosofía bauhasiana– «un hormiguero o un panal. Lo será si esos objetos tienen el mismo significado para todos, no lo será si los individuos están en condiciones de descifrar e interpretar esos objetos de muchas maneras diferentes; es decir, si la forma de esos objetos permite suscitar y no condicionar rígidamente la actitud de quien los utilice». ¹⁶

ALTER EGO— ¿Se ha visto alterada entonces la tradición del Gran Arte, la trayectoria misma de lo artístico?

EGO— Sí, se ha alterado, como no podría ser de otra manera. Hay un arte lejano y un arte cercano. Hay un arte de experimentación y un arte de lo conocido. Un arte de expertos minoritarios y un arte de masas. Un arte desconectado y un arte conectado. Un arte sublimado y un arte cotidiano ¿Cuál es más real, en tanto que debemos entender el arte como la expresión inmediata de un sentimiento vivo, como *el sismógrafo de la experiencia humana* al que se refería Ortega y Gasset? ¿Por qué ha de pasar un tiempo para aprender a valorar lo acertado de las experiencias del arte experimental? ¿Tiene el arte por fuerza que ser retrospectivo para poder ser valorado? ¿Cómo se contemplará la expresión gráfica publicitaria dentro de algunos centenares de años? La profesora M^a Santos García refiere que «fue en la época romántica –allá por el siglo XIX– cuando se empezó a pensar que el artista se expresaba a sí mismo a través de su obra... [El arte pasaba a ser] una manera de sentir y la obra no era tanto una manufactura acabada y perfecta desde el punto de vista técnico como una expresión del yo del artista, de lo más íntimo de sus sentimientos, creencias, sensaciones, etc». Las profundas convulsiones que progresivamente experimentaría la Europa de la Edad Moderna desembocarían en la caída del Antiguo Régimen, originando un nuevo modelo de sistema político, económico y de relaciones sociales. Nobleza y clero perderían gran parte del control social propiciando el alzamiento de una burguesía que, en

16 ARGAN, Giulio Carlo: *El arte...*, op.cit. p. 256

ausencia de mejores catecismos, habría de arrastrar a la sociedad a lomos del potro desbocado de una revolución industrial que ni siquiera una propaganda positivista podría maquillar. Para Augusto Comte esta propaganda hubiera sido capaz de «apagar una actividad perturbadora transformando la agitación política en movimiento filosófico» que era justo lo contrario de lo que había propuesto Marx: «la transformación del filósofo en hombre político»¹⁷. La doctrina burguesa, con su exaltación del valor del individuo, vendría a coincidir en lo artístico con una toma de conciencia del valor del sentimiento individual del artista como epicentro de la obra de arte. Y como consecuencia de ello el reconocimiento asimismo de la posibilidad por parte del artista de ser su propio comitente. Señala Joan Sureda que durante toda la Edad Moderna y parte de la Contemporánea «el arte se había entendido como signo distintivo de un individuo o de un grupo y como patrimonio de una cierta clase social hasta el punto de que lo artístico debía de responder a la perfección a los sistemas de valores de la clase a la cual este arte servía»¹⁸. Pero cuando el ser humano se adueñó de sí mismo, tanto en lo político como en lo artístico, una voluntad de apartamiento, de extrañamiento social lo embargó entonces. «No quiero ni siquiera saber si antes de mí hubo otro hombre», había dicho Descartes mucho antes; pero lo cierto es que esa frase encabezó luego una de las primeras publicaciones del movimiento dadaísta. Paul Cézanne «en medio de la dispersión de una cultura de la cual él también formaba parte, había intentado construir algo firme y consistente, algo que no se hiciera añicos. El mundo de la historia y de los sentimientos se había restringido: el artista se había quedado solo»¹⁹. En el tratado *Sobre la luz*, Robert Delaunay define al artista como el vehículo que refleja a un hombre «que se siente a sí mismo, que se entrega a sus capacidades intuitivas y las hace palpables con el lenguaje universal de los colores»²⁰. La premisa con la que se presentaba el grupo Der Blaue Reiter al Primer Salón de Otoño de Berlín en 1913 era que «en otras épocas el arte era el fenómeno que hacía fermentar la masa del mundo: esas épocas quedan hoy lejanas. Hasta que regresen, el artista debe mantenerse distante de la vida oficial. Éste es el rechazo libremente decidido que el mundo nos hace. Nosotros no queremos confundirnos con él.»²¹. Paul Klee expresaba su

17 DE MICHELI, Mario: *Las vanguardias...*, op.cit. p. 67

18 SUREDA, Joan / GUASCH, Ana M^a: *La trama ...*, op.cit. p. 58

19 DE MICHELI, Mario: *Las vanguardias...*, op.cit. pp. 179-180

20 DE MICHELI, Mario: *Las vanguardias...*, op.cit. p. 188

21 SANTOS GARCÍA FELGUERA, María: *Las vanguardias históricas (2)*. Madrid, 2000, p. 30

desprecio hacia la sociedad europea de su momento y anunciaba que tan sólo necesitaba un pequeño tema que pudiese abarcar con la punta de su lápiz. Evidentemente para otros artistas más comprometidos socialmente, como George Grosz, esto era más que discutible y describe a Klee «sentado en su mesita de trabajo Biedermeier, haciendo labores de ganchillo como una frágil doncellita». Para Grosz, la situación había llegado hasta el punto de «¿qué hacer entonces? Todo lo que hasta aquí se ha dicho conduce a una solución: ¡Liquidación del arte! Y, sin embargo, esta solución no satisface»²². La pérdida de mecenazgos, al uso del antiguo régimen, tendría por fuerza que haber desorientado a un colectivo de artistas que además pugnaba con ahínco por hacer llegar cada vez con más potencia lo individual de sí mismo y es posible que todo ello estuviese en la base de la proliferación de reuniones, asociaciones, veladas, manifiestos y demás recursos aglutinantes de posicionamientos, con los cuales el *artista-individuo* se hacía *artista-colectivo*. ¿El artista de la Edad Contemporánea se ha apartado de su momento histórico? Si esto ha sido así, lo ha sido justamente por sumergirse de lleno en ese momento, lo ha sido en el sentido de convertirse en el gran alquimista, en el gurú tribal, en el sublime encriptador de la experiencia humana, en aquél que puede sumergirse en las aguas de su tiempo, buceando y descubriendo el profundo secreto del esquema que articula los sucesos de su momento histórico, para luego trasladar ese íntimo secreto a otro esquema que le fuese equivalente y que se constituyera propiamente como objeto artístico. Esta sublimación de la labor artística catapultaría su reconocimiento masivo varias décadas por delante de aquella en la que se concibió y de ese modo vendría a desligarse *de facto* de su momento histórico. De este modo, se produce un extrañamiento entre el grueso de la sociedad y la obra artística. «Pintar o esculpir no eran ya cosas sublimes, en la tradición romántica, sino actividades que podían ser poéticamente subversivas y/o revolucionariamente productivas. El artista se erigía así, de un modo ambiguo, en compañero de viaje de las clases trabajadoras y en el profeta iluminado de un desconocido porvenir»²³. El artista visionario es entonces objeto de escrutinio; su intención debe ser averiguada, escudriñada, desentrañada a través de un arduo esfuerzo hermenéutico, responsabilidad de unos cuantos exegetas especializados. Las protestas se producen entonces desde dentro mismo del cuerpo artístico. «Basta de academias cubistas y futuristas, laboratorios de ideas formales [...] Todos los

22 DE MICHEL, Mario: *Las vanguardias...*, op.cit. pp. 108-109

23 RAMÍREZ, Juan Antonio: *El mundo...*, op.cit. p. 203

grupos de artistas han ido a parar a este banco a pesar de cabalgar distintos cometas»²⁴ había expresado Tristan Tzara en uno de los manifiestos dadaístas. Un insondable vacío se produce en un cuerpo social que precisamente por su propia condición humana necesita de continuo mostrar a sí mismo y al resto su idiosincrasia verdadera a través de la honestidad del gesto comunicativo, del gesto artístico. Y es entonces cuando esa energía gestual latente fluye y aflora a través de ese cuerpo social rebrotando por entre los intersticios de sus engranajes cotidianos. Juan Antonio Ramírez observa que la progresiva fase de divorcio entre el gran arte y el público masivo «ha estado caracterizada por un aumento, directamente proporcional, de las funciones socioculturales de la cultura visual de masas» y continúa diciendo que si bien todavía a finales del siglo XIX las exposiciones de un arte oficial aún eran, a través de los Salones institucionales, un espectáculo al que acudían las masas, sin embargo desde comienzos del siglo XX «la progresiva suplantación de este arte oficial por las experimentaciones alternativas de la vanguardia va reduciendo el público del arte a una minoría...»²⁵. Podríamos argüir en refuerzo de esta postura que el mecanismo de lo publicitario, como parte de ese engranaje que hoy nos es común, construye sus discursos visuales según una serie estratificada de momentos perceptuales que le son comunes también a la obra de arte tradicionalmente considerada. Así, en un primer nivel de reconocimiento epidérmico los elementos participantes quedarían reconocidos, a lo que seguiría un segundo momento en el cual el argumento queda asumido. Posteriormente —el último de los estratos ejecutados al nivel de la consciencia— se recibe a nivel de connotación el *mensaje*, lo que en el argot publicitario se conoce como *eje de la comunicación*. Hasta ahí la intervención que podríamos llamar consciente o lúcida del comunicador. Pero lo realmente interesante del fenómeno es el siguiente nivel, el que podríamos llamar como *nivel de inmanencia*, un estrato profundo de la obra gráfica en la que el ejecutante, sin tener consciencia de ello, ha sido el depositario de su propia intimidad, expresada doblemente en el sentido de su individualidad y en el de su participación en una colectividad. La potencia empática de un fragmento velazqueño se desprende más de su personal gesto caligráfico, esa inefable escritura automática personal e intransferible, que de los niveles icónicos superficiales de la obra. Así lo entendieron Jackson Pollock, Hans Hartung o Franz Kline. La peculiar sintaxis que surge de los elementos semánticos que interactúan en las superficies de Paul Klee, Wassily Kandinsky o Joan Miró está en la

24 DE MICHELI, Mario: *Las vanguardias...*, op.cit. p. 140

25 RAMÍREZ, Juan Antonio: *El mundo...*, op.cit. pp. 413-414

base de la energía sensible que absorbe el espíritu del que las contempla. «Una de las características de la pintura a lo largo de los siglos ha sido que la materia pictórica quedaba abandonada ante la significación de sus resultados; es decir, era sólo un medio, pero no un fin»²⁶. ¿Podría hablarse de una semiótica a nivel de la no consciencia en la obra gráfica publicitaria? Y si la respuesta es afirmativa ¿cómo podríamos seguir excluyendo esta actividad de aquella en la que el artista logra desde una profunda, sincera y honesta indolencia el retrato de sus perfiles como individuo y como ser social? Deberíamos demoler las barreras que aislan las expresiones humanas y las organizan en contenedores clasistas que desnaturalizan su esencia. ¿Cómo serán asumidas las expresiones plásticas publicitarias cuando haya transcurrido el suficiente tiempo como para que sus estratos superficiales de comunicación hayan perdido su significado, cuando sólo sean contempladas como un conjunto de elementos formales y cromáticos de los cuales puedan deducirse unas relaciones recíprocas que las resignifiquen y las identifiquen con la idiosincrasia del momento histórico que las originó? Quizá entonces se acorten las distancias entre la retórica gestual de una valla comercial publicitaria y el discurso escultórico de un tímpano medieval. Lo que ahora abruma y las aparta es la aparente disparidad no ya de sus funciones sino de sus lenguajes. Mario De Micheli, refiriéndose al pensamiento de Malévich, apunta que «el arte del pasado sigue viviendo hoy, no por lo que ha representado —escenas mitológicas, gestas heroicas, imágenes sagradas—, sino por una virtud atemporal que supera la contingencia y el fin práctico de esas representaciones». Lo que sucede es que a esas obras «la mayoría sigue mirándolas sólo desde el punto de vista de la pura narración religiosa o profana, hasta el punto de que si se pudiese extraer de estas esculturas o de estos lienzos la virtud por la cual verdaderamente viven, muy pocos se darían cuenta de ello»²⁷. A esta virtud que distingue una obra maestra de una obra fallida la denomina De Micheli la *pura sensibilidad plástica*. Para Mondrian es necesario eliminar de los lienzos la presencia del mundo objetivo porque la realidad sensible es extraña a la conciencia y destruyendo el objeto en el contexto de lo artístico el artista se acercará cada vez más a la conciencia interior. Así, llegando a una abstracción total —como él mismo lo hizo a través de sus evoluciones arbóreas— la realidad será absorbida por el mundo interior del espíritu y se identificará totalmente con él. Para Franz Marc «tenemos la experiencia milenaria de que las cosas son más mudas cuanto más claramente les ponemos delante el espejo óptico de su

26 SUREDA, Joan / GUASCH, Ana M^a: *La trama* ..., op.cit. p. 108

27 DE MICHELI, Mario: *Las vanguardias...*, op.cit. p. 234

apariencia fenoménica». En el imaginario de Marc la apariencia sensible es banal y al alejarse de ella el mundo cobra su auténtica forma «y los artistas intuimos esa forma»²⁸. Como afirma Nikos Stangos al referirse al tema en la obra de arte a través del devenir histórico «el asunto, tras haber servido como vehículo de gestos expresivos —en cierta medida como el baño de azúcar alrededor de la píldora del significado— podía, según se descubrió, suprimirse por completo. Se vio que la fuerza expresiva de los colores y las formas, de las pinceladas y la textura, del tamaño y la escala, era suficiente»²⁹. Esta desesperada búsqueda del Santo Grial de la esencia plástica podía, no obstante, llevado a sus extremos arrastrar a la comunicación plástica hacia el borde del abismo «encaminándola cada vez más hacia un enrarecimiento estilístico hasta, precisamente, la soledad del lienzo blanco: la esencia del arte, extraída del envoltorio de las cosas representadas, se ha volatilizado.»³⁰. Una obsesiva depuración plástica puede conllevar el deslinde de sus orígenes comunicacionales. A veces algunas manifestaciones artísticas han corrido el riesgo de transformarse en ausencia de todo contenido. ¿Podemos entonces seguir culpando a la actividad publicitaria por no abandonar ese envoltorio que precisamente la justifica, habilita y posibilita siendo a pesar de ello, en potencia, capaz de registrar —como el sismógrafo orteguiano— la esencia de sus experiencias? Kokoschka declaraba a mediados del siglo pasado la necesidad de que el artista reflexionase acerca del hecho de que «un lenguaje artístico no comunicable pierde todo su significado si no transmite como mensaje del yo al tú la experiencia que nuestra humanidad renueva sin cesar»³¹. Considerado retrospectivamente, «desde la Revolución Francesa y la entronización de la burguesía en el poder, el artista había ido experimentando, y padeciendo, la inutilidad de su misión, la inutilidad social de su arte, la ausencia de un lugar propio dentro de la estructura social para sus producciones y para él mismo. Este divorcio entre el arte y la sociedad se vio aún más claro cuando, a principios de siglo, las vanguardias rompieron la forma de representación tradicional, la perspectiva renacentista, impidiendo que el público —esa misma burguesía que compraba sus obras y les daba de comer— comprendiera el arte y de paso escandalizándole... [...] Con la Gran Guerra esta conciencia de inutilidad del arte y de los artistas

28 DE MICHELI, Mario: *Las vanguardias...*, op.cit. p. 94

29 STANGOS, Nikos: *Conceptos...*, op.cit. p. 29

30 DE MICHELI, Mario: *Las vanguardias...*, op.cit. p. 23,5

31 DE MICHELI, Mario: *Las vanguardias...*, op.cit. p. 119

se agudiza dolorosamente...»³². Con el desarrollo del sistema industrial y la progresiva desaparición de las formas de producción del artesanado el trabajador había ido perdiendo su parcela decisoria y se había visto absorbido por una dinámica laboral reiterativa y no creativa, que no dependía de una experiencia de la realidad ni la renovaba, como dice Carlo Argán. Contra esa *alienación* que ya propugnara Marx se revela el artista, proponiendo modelos de trabajo que sí comportaran una vivencia de lo real y de lo cotidiano pasado por el tamiz creativo de la experiencia individual, pero al hacer esto —y quizá sin proponérselo— se fue alejando inexorablemente de la capacidad de lectura de la propia coyuntura histórica a la cual pertenecía. Juan Antonio Ramírez añade que las transformaciones que ha experimentado la cultura visual según nos hemos adentrado en la Edad Contemporánea ha provocado que «parte de las funciones sociales que tradicionalmente ostentaba el arte se han ido desplazando hacia la competencia de las imágenes que integran la comunicación visual masiva»³³. En definitiva y recapitulando, podríamos resumir todo lo dicho en unos cuantos puntos esenciales:

1. Desde el siglo XIX, el Individuo se reconoce a sí mismo como ciudadano autosuficiente.
2. Ello lleva consigo la autosuficiencia de lo artístico, principalmente por dos vías: la expresión de lo individual como objeto digno del arte, y como consecuencia la posibilidad del artista de ser su propio comitente.
3. Las *artes mayores* comienzan a convertirse en campos de experimentación, con lenguajes y mensajes que aun anclados en su tiempo se apartan progresivamente de la comprensión inmediata de la masa social.
4. El vacío artístico producido en el cuerpo masivo de la sociedad comienza a ocuparse por actividades *extraartísticas* que se engranan sin dificultad en ese cuerpo social.
5. Es razonable impulsar una reflexión acerca de la inmanencia artística que pueda existir en esas actividades *extraartísticas*, de las cuales la obra gráfica publicitaria forma parte.

ALTER EGO— Hemos de reconocer honestamente que abrigamos ahora serias dudas, y que estamos tentados de admitir casi sin reservas que efectivamente la gestualidad de la gráfica publicitaria, considerada en el estrato profundo de su discurso inmanente puede ser, hoy por hoy, una de las experiencias discursivas de carácter artístico más representativa de nuestro paradigma social. De hecho, estamos convencidos.

EGO— En tal caso, nuestras disculpas. No era esa la intención.

32 SANTOS GARCÍA FELGUERA, María: *Las vanguardias...*, op.cit. p. 54

33 RAMÍREZ, Juan Antonio: *El mundo...*, op.cit. p. 413

LIBRO V. ADENDAS AL CUERPO DE LA TESIS

LA TIPOGRAFÍA EN RELACIÓN AL DISEÑO,
LA SOCIEDAD, LA PROPAGANDA Y EL ARTE

UNA PIEDRA DE CASI TRES MILLONES DE AÑOS de antigüedad hallada en Kenia en las inmediaciones del lago Turkana¹ nos avisa hoy del amanecer del Hombre. La observación de su forma y superficie es para el observador moderno el preanuncio de una facultad intelectual expresada en un acto de creación que transfigura la roca natural en herramienta para la subsistencia. Esa sencilla piedra, que contiene la huella inequívoca de un acto inteligente y premeditado, evolucionará luego hacia el ingenio de la nanotecnología, hacia la excelsitud de las ciencias del pensamiento y hacia la sofisticación de las formas del arte. Como aquel célebre monolito kubrickiano², la piedra keniana se yergue en la meseta como un hito del intelecto, epifanía de una especie emergente que jugando incesantemente a ser dios intervendrá los ritmos naturales en propio beneficio dejando con ello, en un largo itinerario de cientos de miles de años, el vestigio de sí mismo y de su espacio cultural.

Serán entonces aquellos artificios, hijos de la voluntad del Hombre antiguo, los que atestigüen no sólo la presencia de una especie en evolución capaz de crecerse a sí misma, sino el testimonio diverso de unas culturas, *modus vivendi* de unas criaturas que aún no han cruzado el umbral de la Historia pero que ya expresan indolentemente a través de sus manufacturas su

1 MEGGS, PHILIP B. Y PURVIS, ALSTON W. *Historia del diseño gráfico*. Barcelona, 2009; p.4

2 Nos referimos aquí al enigmático monolito, auténtico leitmotiv, que aparece en el Film *2001: una Odisea del espacio*, de Kubrick. La significación de este elemento en el contexto del discurso de la película no está consensuado e incluso puede presentar diferencias con respecto a la obra homónima de Arthur C. Clarke, cuyo argumento compartió con Kubrick. En general podría decirse que, según se desprende del film, la primera aparición del monolito señala un hito en el transcurso evolutivo de la especie humana: el amanecer de la vida inteligente.

KUBRICK, STANLEY. *2001: a space Odyssey*, 1968. 00:12:40

propia experiencia de vida en una doble vertiente: como reflejo de sí mismos y como reflejo también de sus entornos vivenciales. Es esta dualidad expresiva el signo de la potencialidad y necesidad comunicativas que son inherentes al ser humano; pero también es la señal de esa peculiar dicotomía que es prerrogativa en el Hombre, esto es, su conciencia *individual* y su conciencia *colectiva*, la primera entendida como el resultado del impulso egotista ancestral de supervivencia y la segunda de ellas como la expresión del anhelo colectivista supraindividual, superador de la propia singularidad. Es esta *psicomaquia* el campo de batalla donde el individuo se debate sin cesar y que tan certeramente ha sabido reflejar el genio expresivo de un Fellini³ o la agudeza reflexiva de un Kierkegaard⁴. El ser humano derrama entonces esta eterna dualidad por sobre los objetos que produce quedando así inseminados con la impronta *de sí mismo y de los demás* en el sentido de que el objeto recogerá tanto la huella individual de su hacedor como la huella colectiva del *zeitgeist*⁵. Esta inferencia, que se puede rastrear lo mismo en manufacturas de lo cotidiano que en las más altas expresiones del arte, esencialmente exige para ser válida el rasgo de una autenticidad y honestidad hacedoras.⁶

El nivel evolutivo de la especie humana ya hacia finales del periodo paleolítico y los cambios climáticos a las puertas del neolítico favorecerían la conformación de grupúsculos en los cuales el Hombre antiguo pudo emprender el desarrollo de su conciencia colectiva. Conciencia ésta que le abocaría hacia la búsqueda de unos recursos para la intercomunicación entre los miembros de su grupo, y hacia la constitución de una identidad colectiva expresada en el ritual. Son esos ritos los que, posiblemente propiciatorios, se recogen en las bóvedas cántabras de Altamira. En ellas las imágenes de ciervos, bisontes y jabalíes son no sólo brillantes reproducciones naturalistas de sus modelos sino también epifanías, encarnaciones de los seres a los que aluden. Esas

3 Fellini presenta en su film *Ensayo de Orquesta* una reflexión sobre las fuerzas de poder en la sociedad, desde las formas de poder unipersonales a las colectivas, haciendo especial hincapié en la dualidad individuo-colectivo, intereses enfrentados de los que participa el ser humano y que son aquí el germen de los conflictos que se suceden a lo largo de la película.

FELLINI, FEDERICO. *Prova d'orchestra*, 1979

4 KIERKEGAARD, SÖREN. *Temor y temblor*. Madrid, 2002

5 El término *zeitgeist* es de procedencia alemana. Se trata de un germanismo ampliamente aceptado en la literatura científica en castellano y cuyo significado es «el espíritu del tiempo».

6 Con esto queremos decir que para que una obra de expresión refleje tanto el estilo de autor como ese *supraestilo* que obedece y refleja la idiosincrasia de un contexto espacio-cultural, éstos deben de haber sido inoculados en la obra sin la intervención consciente del ejecutante; pues en caso contrario cualquier actitud interventora en ese sentido provocaría de facto un efecto de falsificación de dichos valores.

huellas pintadas son el signo, el símbolo y más allá de ello la *mímesis*⁷, que nos hablan hoy del fuerte carácter mágico y re-creador de aquellas imágenes, elaboradas hacia el crepúsculo de la piedra antigua y de camino ya hacia las primeras luces de las civilizaciones neolíticas. Esa misma magia mimética revertirá luego en las primeras manifestaciones de la escritura, pues el Hombre, convertido ya al sedentarismo y fundador de núcleos poblacionales de ciudades emergentes, se valió del signo icónico para hacer permanente y duradera la fugacidad del lenguaje hablado⁸; y acudiendo así a su ancestral experiencia en la re-creación de imágenes en la oscura profundidad de las cavernas quiso investir de una mágica figuración al lenguaje tal como atestiguan las muestras de escritura más antiguas del Creciente Fértil, esa media luna que alcanza de Egipto a Mesopotamia y que fue testigo de los comienzos de la civilización y la escritura occidentales.

La magia de la imagen prestó entonces, desde el amanecer de la civilización, su potencial expresivo a esa encarnación del pensamiento que es la escritura, pues, parafraseando libremente a F.W.Goudy⁹, la savia del pensamiento que circula por el árbol de la especie humana emerge al aire por entre los intersticios del tronco, cristalizando en el precioso ámbar de la escritura, auténtica clepsidra que custodia en su interior la impronta del lenguaje y de la comunicación. En un proceso continuo que, desde los comienzos del hombre histórico, se produce sin cesar, aquel tronco supura la resina de las esencias humanas que antes de cristalizar caerá sobre el crisol de cada época, molde coyuntural que dará forma y perfil a esas formas de escritura, hermosas piedras ambarinas que serán así testigo y transmisor de los contornos de su propio contexto

7 Se trata aquí del concepto de *mímesis* de la antigüedad clásica. Aunque en la propia Grecia Antigua este término no estuvo desprovisto de matices de significación, la empleamos en el texto en la manera que la expone Tatarkiewicz como la producción de cosas irreales, no necesariamente copias de la realidad, y que participan del espíritu de la *apate* griega, especie de efecto ilusionista que presenta al objeto mimético como auténtica encarnación de su referente.

TATARKIEWICZ, WLADYSŁAW. *Historia de seis ideas*. Madrid, 2007. pp.125-128

En un sentido semejante habría que considerar las Imágenes Maiorum de la escultura romana en época republicana que comenta G. Bellido.

GARCÍA Y BELLIDO, ANTONIO. *Arte romano*. Madrid, 2004. pp.90-94

8 Escribe el tipógrafo alemán Otl Aicher que «la escritura es un proceso que rescata los sonidos de su extinción, que recupera la fugacidad del habla. En lugar de disiparse, el lenguaje perdura y la escritura es el proceso de compilar un recuerdo».

AICHER, OTL. *Tipografía*. Valencia, 2007. p.84

9 La referencia que hace Goudy en su obra con respecto al fenómeno de la lengua le lleva a describirla como «el ámbar en el que miles de pensamientos preciosos y sutiles se han ensartado y conservado: la mismísima encarnación del pensamiento y el sentir de una nación».

GOUDY, FREDERIC WILLIAM. *El alfabeto y los principios de rotulación*. Madrid, 1992. p. 22

histórico. Y de esta manera la forma de la escritura se revela como huella fidedigna del momento al que pertenece.

La letra, cuerpo vivo, eternamente mutable tanto como lo son los caminos del Hombre, trance evolutivo que encripta las experiencias humanas, expresión y testimonio de los avatares de la Historia, es forma biológica que da fe de los asertos de las teorías darwinistas; pues nada de creacionismo ha de haber en un proceso continuado en el que cada suceso es deudor de su momento y es además causa y efecto de aquellos que lo flanquean.

Esos glifos¹⁰ ambarinos de la escritura que tan ostensiblemente poseyeran al principio la mágica iconicidad de la imagen fueron depurando al paso de los siglos sus estructuras hacia unas arquitecturas sintéticas que se adecuaban mejor a las necesidades de un sistema lingüístico evolucionado. De este modo el *alef* sinaítico con forma de cabeza de buey quedó con el tiempo convertido en nuestro glifo «A» cuya abstracta figura es herencia de aquella otra y de la que conserva aún el sonido que le es propio y que proviene de la fonética inicial de aquel signo, tal como ocurre con tantos otros glifos de nuestro alfabeto actual¹¹. Es aquella iconicidad paulatinamente disipada al paso de los siglos, aquella magia propiciatoria y re-creadora de la imagen, la que la letra parece haber, hoy más que nunca, recuperado para sí sobre todo a partir de ciertas coyunturas socioculturales acaecidas principalmente en el transcurso del siglo xx. La propia forma del glifo comenzó, en aquella centuria y merced a la impronta de unos procesos hermenéuticos, no ya tan sólo a traslucir la idiosincrasia de su momento histórico —que también— sino a ser el vehículo visual de unos pronunciamientos premeditadamente insuflados en él y que se constituyeron en investidura de unos *valores añadidos* que interesaron, e interesan, a las formas del poder moderno cuya doctrina es viable transmitir a través de dicho medio. La apariencia formal de la letra se conforma así en recurso retórico transmisor de una propaganda al servicio de un poder establecido, tal como lo fueron desde siempre las *artes mayores* cuyas formas lejos

10 La expresión *glifo* se refiere a cualquiera de los signos de la tabla de caracteres de una fuente tipográfica, sea cual sea el estilo gráfico que presente. No debe confundirse con la voz *bouma* que hace referencia a la arquitectura fundamental que ha de tener un determinado glifo para ser reconocido como tal signo.

11 Efectivamente, un buen número de los glifos alfabéticos de nuestra tabla de caracteres occidental derivan de los glifos pictográficos procedentes del área del Creciente Fértil, en la Edad Antigua. Una interesante relación hipotética de dichos glifos y su procedencia se puede encontrar en Martínez-Val. También es recomendable la descripción sobre ellos que podemos encontrar en la obra de Buen Unna.

MARTÍNEZ-VAL, JUAN. *Tipografía práctica*. Madrid, 2002. pp.39 ss

DE BUEN UNNA, JORGE. *Manual de diseño editorial*. Gijón, 2008. pp.499 ss

de ser inocuas o de pertenecer al impulso artístico del que las ejecutaba fueron por el contrario vehículo para la interesada ideología del comitente que las patrocinaba. Esas manifestaciones pretéritas del *Gran Arte* se aparecen hoy, al moderno diletante, engañosamente desprovistas de la carga difusora que antaño fuese el motivo de su existencia, admiradas ahora por lo general sólo en función del goce estético que nos proporcionan; aunque una mirada atenta y de mayor alcance sobre tales obras recreará para nosotros, enriqueciéndolas, sus implícitas significaciones de antaño. E igualmente sucedería en no pocas ocasiones con las formas de la escritura, pues fue la hechura de la Capital Lapidaria latina aquella con la que el envite de la Roma clásica aventó su discurso imperialista, o los perfiles de la escritura carolina el Mercurio alado de la munificencia del potente impulso cultural de Carlomagno, o la estricta apariencia formal de los tipos móviles para la *Romain du Roi* el trasunto del regío absolutismo reglamentador de la Francia barroca del Rey Sol.

Es interesante observar que esos modernos posicionamientos ante la obra de arte, antigua o actual, que le confieren un estatus de inocuidad existencial, sean herederos de aquel movimiento lejano ya en el tiempo como fue el Romanticismo, a comienzos del siglo XIX. La ideología romántica decimonónica es desde luego la expresión fiel del rechazo generacional a la rigidez positivista del periodo de la Ilustración, pero es también hija legítima de los acontecimientos políticos de la sociedad de la cual procede. Desde las postrimerías del siglo XVIII dos acontecimientos vendrían a marcar un hito en el transcurso de la historia de la humanidad, en su paso de la Edad Moderna a la Edad Contemporánea: La Revolución Francesa en Europa y la Declaración de Independencia de los Estados Unidos y su posterior Constitución como confederación de estados, en el continente americano. Ambos sucesos responden a un mismo impulso fundamental. Un nuevo régimen sucedió entonces al anterior y las viejas formas del poder social (Religión, Monarquías, Principados, Ducados...) dieron paso al individuo común como dueño de sus propios destinos, como *ciudadano* capaz, como miembro de una comunidad total de intereses compartidos. Ese *individuo-ciudadano*, patrono de sí mismo, será el trasunto de una nueva *especie* artística: la del artista que es a su vez ejecutor y comitente, esto es, un artífice que obedece tan sólo a su propia requisitoria, liberado entonces al fin de unos presupuestos definidos por una autoridad externa y superior. Artista liberto, pasó de rapsoda a ser aedo homérico¹²

12 En la Grecia Antigua el *rapsoda* era un recitador o pregonero que cantaba o declamaba poemas u otras poesías épicas, de las cuales no tenía autoría. Por contra, el *aedo* sí componía las obras que declamaba. <http://es.wikipedia.org/wiki/Rapsoda> (consultado el 9-julio-2014)

y de esta manera se exoneró de la carga del discurso ajeno; pero al hacerlo amputó también en parte su condición de miembro activo de un engranaje social cuya voluntad se abalanzaba impetuosamente por los caminos de una Revolución Industrial acelerada. Poeta de su tiempo, el artista plástico se esforzó desde su propia atalaya en comprender y expresar los avatares de su contexto; y en ese su nuevo cometido de comprensión y expresión, de análisis y declamación, de exégesis y encriptación, jugó a ser trovador por cuenta propia convertido en «poeta en vigilia durante la larga noche del pueblo»¹³. Si bien desde entonces la clase artística no estuvo exenta de incursiones mercenarias emitiendo los intereses coyunturales del poder establecido, también es cierto que esa misma consideración de *mercenaria* refleja elocuentemente la supuesta desnaturalización que marcaría a tales incursiones, presentadas entonces como un desvío de la supuesta trayectoria natural de las manifestaciones del arte.

Durante el siglo XIX la fuerte escalada industrial, el desarrollo de la ideología liberalista y los nuevos estados de derecho propiciarían un *statu quo* favorable a una burguesía industrial emergente. La mecanización de las manufacturas, el objeto seriado, los productos de consumo, la explosión demográfica en los grandes núcleos urbanos, y una nueva clase social asalariada capaz de consumir objetos industrializados, casi siempre burda emulación de sus homólogos auténticos, provocarían a lo largo de aquel siglo la aparición incipiente del fenómeno publicitario como medio de comunicación de masas. Una dinámica publicitaria de perfil muy diferente al actual, materializada fundamentalmente sobre el soporte *cartel* y resuelta frecuentemente mediante composiciones enteramente tipográficas cuyo aspecto excesivo y deslavazado eran ejecutados por talleres de impresión de escasa capacitación, cuyos oficiales eran herederos de aquellos otros dedicados a los modestos trabajos de *remendería*¹⁴ en los talleres dedicados a las artes del Libro. El desarrollo de las técnicas de estampación a lo largo del siglo conduciría ya a fines del XIX hacia la configuración de una producción cartelística de extensas posibilidades plásticas donde la forma de la palabra se imbricó por vez primera con la imagen, tejiendo un lienzo común. La forma de la letra se liberará entonces de las restricciones formales impuestas por los tipos

13 Se trata de uno de los versos de un poema de Andrés Estellés.

ESTELLÉS, VICENTE ANDRÉS. *El libro de las maravillas*. 1971

14 Los trabajos de *remendería* eran aquellos encargos de impresión ejecutados en los antiguos talleres de las artes del libro y que eran llevados a cabo por oficiales de segunda categoría. Su breve extensión, por lo general no más allá del folio, eran el campo de aprendizaje para aquellos principiantes aún no suficientemente diestros para intervenir en proyectos de mayor envergadura como la edición de un libro.

móviles de imprenta y asumirá la estética de las tendencias de moda en feliz concubinato con su época y con el resto de los elementos plásticos de la composición. Al comienzo siendo la tipografía un elemento de texto con ciertas ínfulas esteticistas, pero muy pronto debiendo de cuidar no sólo su belleza aparente sino también sus funciones comunicativas en un contexto profesional cada vez más orientado hacia la eficaz difusión mediática de los credos de una industria en proceso de expansión, tal como lo ilustra el episodio de la descalificación del cartel de Ramón Casas para *Cigarrillos París*.¹⁵

Las experiencias centroeuropeas del primer tercio del siglo xx como la Wiener Werkstätte, la Deutscher Werkbund o la Staatliche Bauhaus, al superar el desencuentro entre los procesos manufactureros industriales y las producciones artesanales, celebraron el feliz maridaje entre máquina y artífice provocando así la aparición de un inédito engranaje, el del oficio de diseñador, pieza necesaria para el mecanismo de una nueva sociedad, la de consumo. Y mientras que Schiele, Kirchner, Soutine o Picasso ensayaban nuevas alquimias en los atanores de sus lienzos, Behrens insuflaba en los objetos de consumo y en los soportes de difusión de la AEG el discurso que convenía al comitente¹⁶ ocupando así ahora el diseñador el lugar que ocupara antes el artista, pues irán siendo a partir de entonces las grandes corporaciones comerciales los nuevos centros de poder que requerirán de los medios de masas el beneficio de la difusión y propagación de sus particulares doctrinas. De cómo un arte *aplicada* como la gráfica mediática,

15 En el concurso internacional de carteles de 1901 para la difusión de la marca de *Cigarrillos París* la propuesta de Ramón Casas, de perfecta hechura con respecto a la ilustración, fue relegado a un tercer premio en favor del cartel ganador de Aleardo Villa debido al insuficiente tratamiento tipográfico de la marca. He aquí el texto enviado por el empresario catalán Manuel Malagrida, promotor del concurso, a Ramón Casas tras el fallo del jurado: «En cuanto a su obra, y sin que pretendamos hacer crítica de ningún género, pues nos confesamos incompetentes, le diremos que ha sido desde el primer día -y continúa siendo- nuestra favorita; pero convenimos también en que la parte accesorio, o sea la rotulación, no se adapta a las exigencias del reclamo. El *Cigarrillos París* queda confundido y casi imperceptible en el fondo gris del cartel». Es éste, pues, un ejemplo destacado en el que se observa ya en este momento la evolución del formato cartel, que de ser objeto ornamental de carácter artístico se orientaba ya hacia un soporte profesionalizado cuya funcionalidad pasaba por contemplar los intereses de una corporación.

Texto de Malagrida citado en:

TORRENT, ROSALIA Y MARÍN, JOAN M. *Historia del diseño industrial*. Madrid, 2007. pp.128-129

16 Al alemán Peter Behrens se le considera el diseñador que mejor supo expresar los postulados del Werkbund y su nombre aparece siempre estrechamente ligado a la empresa AEG. En el ámbito de la gráfica mediática se le considera también como el promotor del concepto de *imagen corporativa* actual, en cuanto que diseño global representativo de una corporación. Las tipografías que desarrolló para el conjunto de la imagen global de dicha empresa recogen el espíritu de la misma así como la poética industrial alemana inmediatamente anterior a la Gran Guerra.

Ver TORRENT, ROSALIA Y MARÍN, JOAN M. *Historia del diseño industrial*. Madrid, 2007. pp.152-156

en el sentido de ser *arte menor*, podría ocupar el lugar de las *artes mayores* dan cuenta las observaciones de Wölfflin acerca de los cambios estilísticos en el arte¹⁷ o los comentarios de Tristan Tzara sobre el hecho fotográfico.¹⁸

Un *estado del bienestar*, según el cual un gobierno provee servicios a sus gobernados en cumplimiento de unos derechos sociales, vino dando paso furtiva pero irremisiblemente a un engañoso «*estado del bienestar*» según el cual una gran corporación comercial interviene las insatisfacciones del target¹⁹ para provocar en él el acto volitivo de un consumo redentor. En el complejo organigrama necesario para cubrir el tramo que va desde la manufactura del objeto de consumo hasta su adquisición por el usuario, la figura del diseñador gráfico es pieza fundamental. Desde los comienzos del concepto de *imagen corporativa* de Behrens para AEG, la gráfica mediática ha evolucionado hoy hacia sofisticadas estrategias de persuasión y manipulación de la voluntad. Estrategias cuyas raíces se adentran en el siglo xx con origen en los dos grandes conflictos bélicos del siglo, en especial la II Guerra Mundial, gigantesco laboratorio de ensayo de técnicas de propagación ideológica, y de manipulación y fidelización de las voluntades de la masa. Tras la segunda posguerra todas estas experiencias interventoras del pensamiento se fusionarían con las teorías estructuralistas de la segunda década del siglo propiciando el establecimiento de la disciplina semiótica cuya máxima expresión de injerencia se encuentra en el nivel hermenéutico. Si bien al comienzo la disciplina semiótica se aplicó en el campo del lenguaje, muy rápidamente se adaptó al contexto de la imagen mediática; y así la gráfica de difusión se invistió no sólo con la idiosincrasia del *zeitgeist* y el estilo de autoría, sino que se invistió también con un discurso propiciatorio ajeno, premeditadamente insembrado, y que emitiría con eficacia

17 En referencia a la sucesión natural de los estilos de época en las artes mayores y la participación en ellos de la poética de las artes aplicadas, dice Wölfflin que cuando «un sistema formal constituido pasa de una generación a otra, en los que la relación interior cesa de existir, en los que el estilo impuesto que se sigue utilizando sin comprenderlo se vuelve cada vez más un esquema sin vida [...] es cuando resulta preciso observar en otro lugar la expresión viva del sentimiento popular, no en la arquitectura con sus grandes formas de pesados movimientos, sino en las artes decorativas menores.»

WÖLFFLIN, HEINRICH. *Renacimiento y Barroco*. Barcelona, 2002. p.85

18 En línea con lo comentado en la nota anterior, el poeta Tristan Tzara, aludiendo a la técnica fotográfica como arte emergente, se expresa así en un texto de 1922 que acompañaba a una serie de *rayogramas* de Man Ray: «Cuando todo lo que se llamaba arte quedó paralizado, encendió el fotógrafo su lámpara de mil bujías, y poco a poco el papel sensible absorbió la negrura de los objetos de uso».

Citado en BENJAMIN, WALTER. *Pequeña historia de la fotografía*. Madrid, 1989. p.70

19 El término *target* es un anglicismo ampliamente utilizado en la literatura técnica castellana del ámbito de la comunicación para hacer referencia a un *público objetivo* destinatario de un discurso mediático de carácter básicamente comercial.

los valores pertinentes del credo de unas corporaciones comerciales cuyo catecismo es deudor de los intereses de mercado.

Y de esta manera, desde la escisión del *antiguo artista* del mecanismo social a comienzos de la Edad Contemporánea, otro eslabón, el del diseñador gráfico, vino a posicionarse restaurando la cadena de las artes de la comunicación de masas. La gráfica mediática actual será, quizás, al paso de unas centurias la forma estética fundamental fielmente definidora del espíritu de toda una época. El estilo personal, el *supraestilo* y los *valores añadidos* al discurso, amén de las bondades estéticas, en el contexto de una valla publicitaria o un cartel serán tan representativos de su tiempo, y tan interesantes desde la estética, como lo son hoy para nosotros un tímpano o un capitel románicos.

Esos discursos mediáticos de las imágenes de difusión que forman parte de nuestro paisaje cotidiano y que tienen la peculiaridad de reflejar nuestra propia idiosincrasia tanto como nosotros nos dejamos influir por ellas, han injertado en la gráfica esa magia propiciatoria y re-creadora que quizás la imagen nunca perdió a lo largo de la andadura histórica del Hombre pero que hoy merced a las técnicas y estrategias de intervención interesada presentan un alto grado de sofisticación discursiva como pocas veces tuvo. Y es de recibo resaltar aquí que en una sociedad altamente alfabetizada en la que la inclusión de texto no es problema, éste se ha transfigurado propiamente en imagen, siendo capaz con eficacia de contener en sí aquellos *valores añadidos* del discurso interesado del moderno *statu quo*, más allá de los propios contenidos literales del texto. Siendo entonces el componente tipográfico un elemento destacado de las alocuciones plásticas masivas, la semiótica tipográfica se habría constituido, de acuerdo a la hipótesis de este breve capítulo, en recurso estratégico y comunicacional de primerísimo orden en el marco de un panorama económico, cultural y social que expresa los valores de su momento histórico a través de unas recreaciones estéticas que suponen hoy, por sus características y funciones, una auténtica expresión *artística* cuyas obras no por efímeras resultarán a la postre menos duraderas y elocuentes.

LIBRO V. ADENDAS AL CUERPO DE LA TESIS

LA RECURSIVIDAD DEL LENGUAJE
EN RELACIÓN CON LA SEMIÓTICA TIPOGRÁFICA

EL MAICI ES UN SERPENTEANTE CAUCE FLUVIAL que se vuelca al río Marmelos, el cual tributa sus aguas al generoso Madeira, quien finalmente entrega todo su caudal al majestuoso río Amazonas. Así sucede desde cientos de miles de años al noroeste de Brasil, en la cuenca tropical de la selva amazónica. A las orillas del Maici habitan los pirahã, una pequeña tribu que sobrevive al envite de las civilizaciones avanzadas manteniendo su cultura y su lengua originales intactas. Hace ya tres décadas Daniel L. Everett, por entonces un joven pastor predicador, viajó hasta aquel lugar con la misión de acercar la palabra de Jesús al pueblo indígena. Al objeto de traducir el Libro Sagrado a la lengua nativa, Daniel se aplicó en aprenderla. Pero aquella lengua llevaba implícita el germen de su cultura original, y en lugar de convertir a aquellas gentes lo que le ocurrió al joven reverendo fue que descubrió, a través de la sencilla alegría y sana espontaneidad del pueblo pirahã, la extraordinaria belleza de un orden natural que le conduciría a replantearse su propia fe. En palabras, hoy, de Everett: «He pasado de ser un firme creyente a un ateo».¹

Lo que fascinó a Everett fue la armonía del modelo de experiencialidad vital del pirahã y la franqueza, sencillez e inteligencia de aquel pueblo en las relaciones con su entorno. El pirahã no habita en edificios permanentes, ni planifica la tierra para el cultivo; no necesita desarrollar un concepto de tiempo distante a la manera moderna occidental, ni presente ni futuro, en tanto que contendrá hechos, reales o supuestos, que no le afectarán de modo inmediato; tampoco ha

1 O'NEILL, Michael: *El código de la Amazonia*. An Essential Media and Entertainment Production, 2012. Audiovisual documental emitido el 2-6-2013 en La Noche Temática. La 2, TVE. La transcripción entrecomillada corresponde al testimonio de Everett, localizada en el minuto 00:50 del documental. Puede consultarse online en el sitio web <http://www.rtve.es/alacarta/videos/programa/noche-tematica-codigo-amazonia-gramatica-felicidad/1850507/> (Consultado el 3-6-2013)

desarrollado un sistema de cómputo: una mujer pirahã no sabe qué número de hijos tiene pero los conocerá singularmente con maternal intensidad; tampoco dispone de un corpus cultural de expresión artística institucionalizado en el sentido que, dado que dicho corpus generalmente supone la perpetuación de cánones ético-religiosos supraindividuales, la cultura pirahã rechaza cualquier convencionalismo que proponga modelos no inmediatos, fuera por tanto de su propio talante idiosincrásico.

Pero Everett, que en la actualidad es profesor de Fonética y Fonología en una universidad del Reino Unido, advirtió en el transcurso del aprendizaje del pirahã una extraña circunstancia. El profesor advirtió que esta lengua nativa parecía carecer del *principio de recursividad*², principio que en la actualidad es considerado por la comunidad científica un hecho fundamental para la aptitud universal del lenguaje. El principio de recursividad en el lenguaje permite, mediante intervenciones en el nivel sintáctico, la producción de un número infinito de enunciados a partir de un número finito de elementos lingüísticos. El principio de recursividad está además en la base del comportamiento³ constituyendo el signo diferencial que nos distingue frente a otras especies animales, y se configura como uno de los aspectos que caracterizan el funcionamiento de la mente humana. Mediante este principio un individuo no sólo puede ser *parte actora* de un suceso —como cualquier otra especie animal— sino que puede asumir simultáneamente la función de *observador* del suceso del que él mismo es actuante, lo que significa que puede ejercer al propio tiempo de observador de sí mismo. De esa experiencia el *actor-observador* concluirá en reflexiones de las que se retroalimentará, cargando de contenido significativo sucesos análogos

2 Para aspectos sobre la recursividad del lenguaje puede consultarse el artículo de MCNEIL F., Alejandro y MALAVER R., Rodrigo: «Lenguaje, argumentación y construcción de identidad» en *Folios*, 2ª época n° 31. Primer semestre de 2010, pp. 123-32. Facultad de Humanidades. Universidad Pedagógica Nacional. Bogotá, Colombia. Disponible online en el sitio web <http://revistas.pedagogica.edu.co/index.php/RF/article/view/899/928>. (Consultado el 5-6-2013)

Muy interesante asimismo para conocer el impacto de las teorías de Everett en el paisaje científico actual, así como para comprender la no recursividad del lenguaje pirahã es el artículo de ROJAS BERSCIA, Luis Miguel: «La ausencia de recursividad en pirahã como reto para las teorías chomskianas acerca del lenguaje: evidencias y contraevidencias». Pontificia Universidad Católica del Perú. Disponible online en http://www.academia.edu/1494129/ROJAS_BERSCIA_Luis_Miguel_2010_La_ausencia_de_recursividad_en_piraha_como_reto_para_las_teorias_chomskianas_acerca_del_lenguaje_evidencias_y_contraevidencias (Consultado el 5-6-2013)

3 Sobre los procesos recursivos en el comportamiento extralingüístico es interesante el artículo de PERINAT, Adolfo: «Los procesos recursivos en la mente humana». Universidad Autónoma de Barcelona, España. Disponible online en http://www.academia.edu/1538941/Los_procesos_recursivos_en_la_mente_humana_Prolegomenos_para_una_teor%C3%ADa_del_juego_y_del_simbolo_Reedici%C3%B3n (Consultado el 7-6-2013)

ulteriores pero actuando según un compendio de *pre-valoraciones* y *pre-juicios* que constituirán para él un valioso referente. El carácter de simultaneidad del mecanismo de la recursividad, ese estar dentro y fuera al mismo tiempo, es lo que permite al ser humano la experiencia del juego, de la fantasía, del teatro o del chiste; y se encuentra también en la base de sofisticadas expresiones civilizadoras tales como el ritual, el mito, la ética, la religión y, en suma, el inmenso corpus de *grandes valores* con los que el ser humano intenta comprender y apresar la infinitud, veleidad e indeterminación de su contexto existencial. Grandes valores que al tiempo que se configuran como modelos para la supervivencia pueden implícitamente suponer también una suerte de desfiguración, de extrañamiento, de apartamiento de esa realidad que se resiste a ser formulada.

La ausencia de recursividad en las formas del lenguaje pirahã, la inmediatez y sencillez de sus proposiciones, no se debe empero a una no recursividad esencial sino al hecho de que las abiertas relaciones del pirahã con su hábitat natural quedan traducidas en la transparencia de su sintaxis. Pareciendo así, por tanto, que las formas del lenguaje son un derivado de las formas de la experiencia, de las relaciones del individuo con su entorno.

Parafraseando a Wilhelm Worringer, argüiríamos que el sujeto pirahã es un individuo de naturaleza *empática*. Para este teórico del arte alemán, la voluntad creativa se manifiesta históricamente según dos tendencias diferentes: la *abstracción* y la *empatía*. La voluntad de abstracción se manifestaría en aquellas culturas cuyas sociedades evidencian relaciones de complejidad e inquietud con respecto a su entorno vital. Del otro lado, en aquellas otras cuya voluntad creativa responde al impulso de empatía el *modus vivendi* responde a perfiles de relación simbiótica e indolora con respecto a aquel entorno existencial. Las culturas del tipo empático carecerían por tanto de esquemas articulatorios complejos mientras que las del tipo abstracto necesitarían del sostén de una ingeniería elaborada que les permitiese reconducir el extrañamiento de su percepción y experiencialidad del mundo. El hombre empático consigue así «aprehender toda forma como un escenario en que actúan fuerzas indecibles, y a sentir la dicha de proyectarse a ellas»⁴, no tiende especialmente hacia la especulación y su racionalismo es despreocupado; desarrolla su sensibilidad y no se excede en lo trascendente. Como dice el propio Worringer en referencia al hecho artístico, una cultura del tipo empático «...sólo puede surgir donde a raíz de la predisposición, del desarrollo, de favorables condiciones climáticas y otros supuestos propicios, se haya producido cierta relación de confianza entre el hombre y el mundo circundante. En estas

4 LOTZE: *Historia de la estética*. Citado en WORRINGER, Wilhelm: *Abstracción y naturaleza*. México, 1983, p. 60

condiciones, la seguridad sensual, la ciega confianza frente al mundo ambiente, la eliminación de todo problematismo, el sentirse bien en este mundo, conducen [...] en el terreno artístico, a un venturoso naturalismo, a una alegre devoción a lo mundano»⁵. Del otro extremo, las culturas que obedecen a un perfil de abstracción anhelan aprehender y reorganizar el caos aparente que se desencadena en su escenario existencial, en un intento de construir un esquema comprensivo con el que obtener «...descanso en medio de la confusión y caprichosidad del mundo, y con necesidad instintiva crea desde sí mismo la abstracción geométrica. En la abstracción geométrica la emancipación de la accidentalidad y la temporalidad que rigen el panorama universal halla su expresión acabada, la sola concebible para el hombre».⁶

Y así, al igual que el profesor Everett concluye que la sencillez sintáctica de la lengua pirahã es un trasunto de sus relaciones simbióticas con el entorno, reflejando por tanto el perfil de sus posicionamientos de fondo, de la misma manera Worringer afirma que la tendencia empática o abstracta del arte de una cultura proporciona información acerca de su status psicológico «...y es tarea sumamente interesante rastrear las correlaciones de ese dato psicológico con la religión y el concepto del mundo del pueblo en cuestión».⁷

Tales *abstracción* o *empatía* no sólo afectan, por tanto, a las esferas del arte y del lenguaje, sino que apuntan también al espíritu cultural y al ordenamiento social de una civilización, esto es, a la médula espinal del individuo como colectivo. A una cultura de abstracción, que en lo artístico supone un alejamiento de la forma orgánica verosímil y una conciencia intelectual reductora de la subjetividad natural hacia la implementación de formas objetivas, en lo social corresponde a un modelo de organización colectiva fuertemente articulado y normativo; una forma de estado esencialmente categórica y absolutista. Una complicada ingeniería de lo social que para propagarse a sí misma precisa de una no menos compleja ingeniería de la comunicación, de una estricta articulación del discurso, y de todo un empeño de abstracción de la forma en la que ese discurso se difunde y se hace permanente, esto es, del impulso de abstracción de las formas en la escritura de protocolo. Pues tal como argumenta el diseñador y tipógrafo Otl Aicher «la escritura es un proceso que rescata los sonidos de su extinción, que recupera la fugacidad del habla [...] ...la escritura es el proceso de compilar un recuerdo».⁸

5 WORRINGER, Wilhelm: *Abstracción y naturaleza*. México, 1983, pp. 57-58

6 WORRINGER, Wilhelm: *Abstracción...*, op.cit., p. 56

7 WORRINGER, Wilhelm: *Abstracción...*, op.cit., p. 57

8 AICHER, Otl: *Tipografía*. Valencia, 2007, p. 84

La escritura entonces se manifestará en una sociedad según las funciones que ésta le determine. La primera de ellas será la de cubrir una necesidad de carácter intimista, personal y efímera; y sólo cuando por exigencias deba la escritura personal atender a funciones de cierta permanencia o ceremonia podrá en puridad nominarse a sí misma propiamente como caligrafía. La segunda función de la escritura será de propaganda y vehículo de los valores y categorías del estado. Y es en esta función cuando la forma de la escritura se ve inducida, como por orden de alejamiento, a un extrañamiento de su origen secular, a un proceso de abstracción, a un alejamiento del ductus natural. La escritura de propaganda es una ingeniería de la escritura, una calculación geométrica, una subordinación del ductus hacia un rictus severo acorde con la encomienda diplomática. No es casualidad que los punzones de la Romain du Roi surgiesen a mediados del mandato absolutista del rey Luis XIV de Francia. La fuerte abstracción y endurecimiento de la primigenia forma clásica que experimenta la Romain francesa, y su apartamiento sustancial de la huella del gesto humano, manifiestan el espíritu castrense, el hermetismo y la vocación interventora de un estado absolutista. Para los profesionales punzonistas de la época este proyecto supuso «...una especie de intromisión de Luis XIV y sus científicos en una tierra y en un oficio que no les correspondía»⁹. El fenómeno de desnaturalización formal fue de tal magnitud que situó a las formas de la escritura mediática en las antípodas de la caligráfica, abriendo con ello desde el alba del siglo XVIII un abismo entre Tipografía y Caligrafía que, salvo casos episódicos, se prolongaría hasta tiempos actuales. En opinión del grafólogo Fretigny, el alejamiento entre las formas escriturales propias del estado y las del pueblo común es tanto mayor cuanto más extrañamiento existe entre uno y otro estamento social y es un hecho recurrente en sociedades con una fuerte tendencia a la superestructura¹⁰. Pues los sistemas escriturales, desde una perspectiva exegética, «...son políticos y la tipografía es una gran fuente de conocimiento y comprensión cultural equiparable a la gastronomía»¹¹. Con los punzones de la Romain du Roi y en mayúsculas —pues la severa ingeniería de la mayúscula es un trasunto de las formas del

9 MARTÍNEZ-VAL, Juan: *Tipografía práctica*. Madrid, 2002, p. 82

10 FRETIGNY. Citado en RAS, Matilde: *Historia de la escritura y grafología*. Madrid, 1951, p. 114. Editado en Facsímil por Ed. Maxtor, Valladolid, 2005

11 AICHER, Otl: *Tipografía...*, op.cit., p. 65

discurso del poder— se imprimió en 1702 el frontispicio de la primera edición de *Medailles...*¹², un panegírico al Rey Sol y considerada hoy una de las tres mejores ediciones bibliográficas de toda la historia del libro occidental.

Es del todo cierto desde luego que un cierto orden formal es condición necesaria en la forma escritora, pues una afinidad estructural es deseable para caracterizar la coreografía del conjunto de glifos como un todo unitario. Pero «hay escrituras que tienen una apariencia tan uniforme que solo son adecuadas para representar el orden»¹³. Una forma escritural que responde a un impulso comunicativo coercitivo y aleccionador desemboca en «...un orden excesivo [que] conduce a una similitud desmesurada de forma que la letra individual se extingue en medio de la estructura total»¹⁴ perdiendo su flexibilidad y huyendo alevosamente de un concierto en el que lo que debiera primar es el fin social común sin menoscabo de las diversidades y singularidades de las partes constituyentes. Pues, como se expresaba en aquella *fábula tipográfica* donde se imaginaba una sociedad de *letras-individuos* en la que las minúsculas se enfrentaban con acritud a las mayúsculas: «vosotras [mayúsculas] sois solistas porque sois antisociales. Pero nosotras [minúsculas] somos la voz coral que aúna las voluntades. [...] Vosotras, mayúsculas, ciegas de orgullo como estáis, os habéis engalanado en exceso y habéis falseado vuestras formas, pero nosotras hemos sido fieles al ductus caligráfico, porque a nosotras nos parió la pluma del escritor; y éste es el cordón umbilical que nos une al gesto humano».¹⁵

Ofrece grandes dificultades para un observador moderno el asumir que mayúsculas y minúsculas, con sus respectivas particularidades gráficas, no son otra cosa que el fruto de la lenta y progresiva bifurcación de un tronco común. Pues las peculiaridades formales que unas y otras presentan ahora son sobre todo el resultado no ya de funciones diferentes, sino incluso de posicionamientos encontrados. Y tan sólo en el transcurso de cientos de años, y probablemente fruto de aquellos usos medievales que gustaban de combinar en un mismo texto escrituras de diversa procedencia, lapidaria y cursiva, se llegaría a institucionalizar a partir del renacimiento el uso

12 «Medailles sur les principaux evenemens de regne de Louis le Grand, avec des explications historiques», primera edición en 1702. Imprenta Real francesa bajo el reinado de Luis XIV. Impreso con los punzones de la Romain du Roi, cortados por Philippe Grandjean.

13 AICHER, Otl: *Tipografía...*, op.cit., p. 48

14 AICHER, Otl: *Tipografía...*, op.cit., p. 49

15 TEBA DE MONTES, Valle y NAVARRO MORAGAS, Fco. Javier: «El sueño de una letra» en *E.Art. Revista de la Escuela de Arte de Sevilla*, n.º 3. Sevilla, 2011, p. 29

de versales y minúsculas como glifos integrados en una misma póliza tipográfica con un diseño integrador y como medio para la enfatización de hitos en el contenido literal.

De este modo, paralelamente a la severidad y al hermetismo de una escritura jeroglífica egipcia, o de una capital lapidaria romana, o de una versal renacentista, coexistió la ductilidad y el naturalismo orgánico de una demótica, de una cursiva latina o de una humanística; fruto unas y otras de pronunciamientos opuestos coexistentes en la misma escena, pues «...siempre existió una cursiva de forma paralela a la escritura culta»¹⁶. Hiperbolizando la tesis de Worringer quizá pudiéramos esbozar la idea de una cierta coexistencia de abstracción y empatía en la expresión escritural en un mismo hito espacio-temporal.

Aun en sociedades embebidas de un profundo antropocentrismo el hombre no cesó en el empeño de imaginar universos *ad hoc*, que le proporcionaran el descanso de un modelo existencial incontestable. En la Italia del quattrocento, que despertó con las primeras luces de un alba laicista y racionalizador, el hombre renacentista se esforzó en acrisolar la poética de su nuevo ideario, su nueva cosmología, «...expresada en los términos de una verdad irrefutable, universal... en un Tiempo detenido por toda la eternidad»¹⁷. Ni tan siquiera el fuerte sustrato humanista, que le indujo a rescatar la hermosa singularidad de la minúscula carolingia, pudo resistir al coercitivo envite del artificio expresivo de lo abstracto. Y como trasunto escritural de ese artificio rescató del inframundo la capital lapidaria romana, vuelta a la vida entonces en las mesas de disección de los tratadistas del momento y objeto de un sinnúmero de intervenciones con el afilado escalpelo de la razón geométrica. La geometría como trasunto plástico del pensamiento abstracto matemático. La matemática como sublime expresión de las aspiraciones del hombre por discernir los principios rectores del universo, pero una matemática que supone también el signo de la incapacidad humana para la asunción holística y natural de la intangibilidad del orden universal.

En palabras de Otl Aicher los renacentistas se entusiasmaron «...con la majestuosa presencia de la O y la imponente apertura de la A. Redujeron la escritura a la apariencia y a la exhibición, manteniéndose en línea con el nuevo absolutismo descubierto por Maquiavelo. Cultivaron un nuevo modo de escritura cuya principal prioridad no era transmitir ideas sino hacer declaraciones.

16 AICHER, Otl: *Tipografía...*, op.cit., p. 52. En el texto original el vocablo *culta* aparece entrecomillado.

17 NAVARRO MORAGAS, Fco. Javier: «El Tiempo detenido. La percepción del tiempo en la expresión artística del primer renacimiento italiano» en *Laboratorio de Arte*, nº 25. Universidad de Sevilla, 2013, p. 117

La escritura servía para el esplendor y trabajaba para el Estado...»¹⁸. Era justo lo que ocurrió en la antigua Roma del Imperio, con aquellas impresionantes proclamas esculpidas en la base de las columnas elegíacas, o desplegadas sobre los áticos de los arcos triunfales que signaban los territorios conquistados. La indiscutible belleza de la arquitectura de los glifos capitales romanos contiene implícitamente la grandilocuencia de un discurso restrictivo y normalizador, que igualmente podemos apreciar en la ampulosidad del gesto de la arquitectura de ese periodo. Si los renacentistas desenterraron también la dúctil escritura del imperio carolingio fue porque por error «... supusieron que también era romana, cuando en realidad [en la época de Carlomagno] la minúscula había sustituido y destronado a la mayúscula».¹⁹

Tras una prolongada crisis, la facción occidental del Imperio Romano cae definitivamente y las provincias hasta ese instante bajo el amparo y yugo latino pierden la referencia de su subordinación a un estado central superior. Durante la antigüedad tardía y el medievo el modelo cultural de estos territorios es el de una sociedad descentralizada y hacia la conformación, ya en el *otoño de la Edad Media*, de unos hervideros urbanos de artesanos, de mercados y de comercios. Núcleos urbanos en formación donde «...el estatus social se asignaba de acuerdo con el grado personal de destrezas...»²⁰ lo que sin duda siglos más tarde alimentaría las aspiraciones utópicas de William Morris en su huida de un maquinismo despersonalizador. Pero el triunfo de la nobleza reunificó luego los centros dispersos y los constituyó en pequeños estados centralizados enfrentados entre sí por intereses comerciales y «...en lugar de actividades ahora existían las instituciones y en sustitución de la artesanía ahora reinaba la burocracia»²¹. Una nueva poética generalizadora que penalizaba el interés particular originaría una superestructura social nueva y abstracta, destructora de diversidades, que tejía sus nuevos mitos imponiéndolos como modelo en detrimento de la singularidad del individuo. Como dice Aicher «...lo particular fue sustituido por lo universal». Las instituciones se elevaron de rango y se invistieron con el ornato de las mayúsculas. Los sustantivos se elevaron sobre el común de los vocablos generales y términos como *Ciencia* o *Estado*, se escribieron en mayúscula hasta que «...lo general adquirió mayor

18 AICHER, Otl: *Tipografía...*, op.cit., p. 56

19 AICHER, Otl: *Tipografía...*, op.cit., p. 56

20 AICHER, Otl: *Tipografía...*, op.cit., p. 60

21 AICHER, Otl: *Tipografía...*, op.cit., p. 60

relevancia que lo concreto, lo universal se valoraba más que la acción individual»²². Desde el declinar del poderío de la antigua Roma, las formas escriturales de la uncial y la semiuncial, o las peculiaridades de las escrituras nacionales visigoda, merovingia, beneventana e insular, hasta incluso la carolingia, aunque nacida ésta de la ínfula de un imperio dominante, habían todas ellas recogido de buen grado el pulso de una sociedad *de producción* basada en la incidencia directa del aporte individual en un tejido extenso social. Si el filósofo franciscano Guillermo de Ockham afirmó a comienzos del bajomedievo, como paradigma de los particulares, que la *pater-nidad* solo era posible cuando alguien tenía un hijo, o que la *cobardía* solo se daba en los casos de una huida deshonrosa, el pensamiento escolástico ya estaba, sin embargo, decantándose hacia la generalidad del interés universal y absoluto. El advenimiento de la Edad Moderna desbancaría los presupuestos de las estructuras medievales hacia una suerte de abstracciones y articulaciones determinativas que precisaron de una nueva ingeniería de la existencia donde el *ductus* del gesto singular se supeditaba al modelo genérico impuesto por la imagería de lo absoluto. Ingeniería del pensamiento que en lo escritural tendría su expresión lograda en el uso de la impositiva arquitectura de la mayúscula.

En línea con el afilado pensamiento de Aicher observamos que si en las sociedades de producción el hecho concluyente de la *cognición* fue un derivado de la experiencia activa del *estar conociendo*, si el verbo fue primero y el sustantivo su derivado, a partir de la Edad Moderna y hasta hoy los verbos desaparecen eclipsados por los adjetivos y ahora «...todo es fuerte, demasiado, grande, súper, genial... [...] El lenguaje, especialmente en la jerga burocrática, tiende a asemejarse a un tren de mercancías compuesto por sustantivos unidos entre sí por verbos auxiliares»²³. El concepto y la definición modélica eclipsan, entonces, al propio acto de la experiencia. «Para examinar algo, se siguen necesitando los ojos, pero para hacer una evaluación se requiere una comisión. Examinar algo nos puede llevar a conclusiones incorrectas, pero una comisión ¿puede equivocarse? La comisión nos proporciona la verdad, y la verdad es aquello que se anuncia, desde arriba»²⁴ y esos enunciados desde el crisol de lo absoluto requieren ser formulados desde la artificiosa articulación de la letra versal, pues solo desde el propio extrañamiento de sus formas antiorgánicas es factible el discurso de ese, tal como apunta Aicher, *posfascismo benéfico* de

22 AICHER, Otl: *Tipografía...*, op.cit., p. 62

23 AICHER, Otl: *Tipografía...*, op.cit., p. 65

24 AICHER, Otl: *Tipografía...*, op.cit., p. 65

las superestructuradas sociedades modernas. La mayúscula, entonces, recoge el artificio de un modelo arquetípico y se predispone policial y supraindividualmente a dejar en evidencia toda singularidad que recuerde el hecho, por otra parte incontestable, de la inaprehensible diversidad del ser humano.

Quizá el arquetipo es sólo el resultado de una mala asunción, de una defectuosa aprehensión de los sucesos de nuestra experiencia, y sea más productivo un planteamiento que prime el hecho real y efectivo por sobre la definición congelada de ese hecho. «No hay enfermedades sino enfermos» aseguraba el doctor Claude Bernard. El artista estadounidense Barnett Newman lo expresaba de otro modo; para él «la estética es para los artistas como la ornitología para los pájaros» en una clara actitud de rebeldía contra los modelos impositivos y hacia una magnificación del hecho constatable. «Los pájaros existen como seres vivos reales. Ahora bien ¿existen realmente las agrupaciones genéricas?», se interroga Otl Aicher. Una descripción del mundo no puede tener mayor validez que el propio mundo en sí. Y una experiencialidad viva capturada en la fría celda de una ordenanza modelizada concluirá expresándose a sí misma sólo tras la gélida articulación de una escritura delimitadora, de una mayúscula escindida de sus valores originales. Pero incluso una minúscula no es tal si mediante su cursividad no alcanza a manifestar la honestidad de sus pronunciamientos. ¿Será precisamente esto lo que, desde hace tiempo, viene sentando a la Helvetica en el banquillo de acusados bajo el cargo de servir de vehículo propagandístico a los intereses oblicuos de las grandes corporaciones internacionales? Quizá lo que nos mueva a desconfianza de esa suiza mojigata no sea su apariencia en sí, sino el recurso a aquel tropo mediante el cual se entrega a la propagación de los modelos imperialistas corporativos, disfrazada tras la aparente inocuidad de una minúscula falseada. Y decimos falseada por serlo construida. No fue empeño baladí cuando la Staatliche Bauhaus, aquella institución experimental y formativa que orientaba sus empeños hacia la construcción de un nuevo estado, de un nuevo orden de cosas, se propuso —sin éxito ulterior— abolir el uso de la mayúscula precisamente en una lengua que presenta el mayor número de mayúsculas por metro lineal de entre las lenguas occidentales. Y ello precisamente en una cultura, la germana, que presenta una tan clara tendencia al reglamento. Hasta tal extremo los perfiles culturales tienen su trasunto en la forma de la escritura que el propio Jan Tschichold, propulsor del movimiento alemán *Die Neue Typographie* y que había abogado por la rigidez compositiva del llamado *párrafo alemán*, tras la Segunda Guerra Mundial y desde su exilio se retractó de la rigidez de sus convencionalismos que él mismo valoró como síntoma de un espíritu constrictor de los comportamientos.

Las manifestaciones escriptoras como expresión indicial de perfiles socioculturales pertenecen a ese conjunto de acciones del hombre que no actúan en un vacío cultural sino que se integran en un todo coherente; y esto acredita a la escritura como fuente exegética para el conocimiento de los perfiles del ser humano, como animal individual y como animal social.

Finalmente, podríamos concluir: *¿Y para qué iban a querer los pirahã escribir en mayúsculas?*. Y más allá de ello, añadiríamos: *¿Es sostenible continuar construyendo una sociedad escrita en mayúsculas?*. Y como colofón, una reflexión: si la propia idiosincrasia de nuestra especie conduce invariablemente al individuo a decirse a sí mismo y a los demás; si toda acción humana de decirse contiene implícita la construcción de determinaciones y posicionamientos; si hasta la propia minúscula como experiencia de comunicación singular del individuo podría entonces contener subrepticamente la larva de una proposición taxativa... *¿Deberíamos acaso continuar escribiendo...?*

LIBRO V. ADENDAS AL CUERPO DE LA TESIS

EL SUEÑO DE UNA LETRA

ÉRASE UNA VEZ HACE MUUUUUUCHO, MUCHO TIEMPO... antes de que el tiempo fuese Tiempo... antes de que la Historia fuese escrita... existió en un lugar una letra, que ni era alta ni era baja. Ella se sentía ante todo... una letra... dichosa de ser una bella estructura, una feliz montura sobre la que un día habría de cabalgar el cálido sonido de la voz humana.

No tenía ella vanas pretensiones ni ambiciones desmedidas, ni se complacía en estériles artificios. Era, por el contrario, transparente... y hallábase complacida de su propia naturaleza.

Pero hete aquí que nuestra letrita se sentía muy sola. Y un buen día de verano decidió salir y recorrer el mundo porque tuvo la necesidad de reunirse con otras compañeras de su misma especie.

Y así lo hizo. Anduvo y anduvo recorriendo, incansable, las extensísimas llanuras doradas de pliegos y pliegos de papel, aún en blanco... Y quiso la Fortuna que andado el tiempo se hallara por fin rodeada de otras muchas letritas que, aunque ellas aún no lo supieran, un día no muy lejano llegarían a conformarse en el sublime vehículo de expresión del sentimiento humano.

Y, en fin... Tal cantidad de ellas llegaron a ser que una mañana de otoño decidieron que habrían de organizarse, pues eran tantas, tan hermosas y dispares... ¡Y tenían tantas ansias de ser útiles y provechosas...!

Un buen día, reunidas en solemne Concilio las letritas más sabias del lugar, idearon un curiosísimo repertorio de recursos y estrategias gracias a las cuales podían aunar sus esfuerzos y, todas juntas y cogidas de la mano, articular una cadena infinita con la que poder expresar toda la grandeza del pensamiento.

Y fue entonces, a finales de ese mismo otoño, cuando los inmensos piélagos de papel dorado comenzaron a escribirse con la formidable diversidad de emociones de la experiencia humana.

Era tal el gozo de nuestra amiga, la letrita primigenia, que no advirtió, en principio, la amenaza de unos grises nubarrones que se aproximaban por el horizonte, anunciando la llegada de un crudo invierno. Y de repente...! ...un atronador estrépito la devolvió a la realidad. ...Tuvo la intención de ponerse a cubierto, pues pensó que el estruendo era provocado por la borrasca, cuando cayó en la cuenta de que el tumulto provenía de una muchedumbre de letras que, amotinadas, parecían discutir muy acaloradamente entre sí.

Y cuando se acercó para ver qué sucedía... ¡no pudo dar crédito a lo que vio!

Un enjambre de letras Mayúsculas se habían hecho fuerte y desafiaban crudamente a otro grupo, al parecer indefenso, formado enteramente por letritas minúsculas, a las que increpaban diciendo:

—Nosotras somos las Mayúsculas, y vosotras sólo sois unas simples minúsculas. Nosotras somos las Altas y vosotras las bajas. A nosotras los mejores punzonistas nos reservaron un lugar de privilegio en sus chibaletes, conservándonos como tesoros en la Caja Alta, mientras que vosotras os tuvisteis que recluir en las mugrientas cajas bajas. Nosotras somos la letra principal que encabeza todo el discurso. Y somos precisamente nosotras, cuando vosotras os quedáis sin fuelle y necesitáis de un instante de silencio, las que retomamos el hilo de la argumentación y comenzamos triunfantes, tras el punto, la melodía de una nueva frase. Con nosotras se encabezan las palabras de mayor rango, y aparecemos siempre en epígrafes, títulos y encabezados. Nosotras, en fin, somos menos porque somos selectas, mientras que vosotras sois la plebe, la multitud, la masa anónima...

Las minúsculas guardaron silencio, y se miraron unas a otras, un tanto avergonzadas... Pero enseguida una de ellas alzó la voz y encarándose con el grupo de las sabihondas, les dijo:

—Pues sabed que somos nosotras las que sostenemos siempre el grueso del discurso. Los mejores maquetadores nos prefieren porque somos más legibles y somos más capaces para servir de sostén al pensamiento extenso y prolongado. Es precisamente gracias a nosotras, las minúsculas, que las páginas se armonizan porque nos relacionamos mejor que vosotras con los bordes del pliego. Nosotras tenemos espíritu de cooperación y entre todas creamos la textura que conforma el hermoso tejido de la caja tipográfica. Vosotras, mayúsculas, sólo sois el complemento de nuestro discurso. Y hasta, si queremos, podemos dar lustre a la página haciendo que los perfiles de nuestra caja de texto adopte mil y una formas, espléndidas, que convengan al argumento... Y eso es algo que vosotras, con todos vuestros encabezados y epígrafes... ¡no podréis jamás llegar a conseguir!

Un escalofrío de indignación recorrió las astas de todas las Mayúsculas allí congregadas, y aún pudo parecer que habían perdido la batalla cuando una de ellas se adelantó y, con gesto agrio y solemne, dijo:

—Nosotras fuimos las preferidas por los mejores cinceles de la Antigüedad para inscribir en las piedras más nobles las más hermosas leyendas. A nosotras, letras Capitulares, nos mimaron y engalanaron con oro y lapislázuli los más excelsos pinceles de los Scriptoria del medievo. Nosotras hemos compartido codo con codo el espacio pictórico en los más ilustres lienzos de las vanguardias históricas. A nosotras nos eligió Miguel Ángel para escribir con teselas de oro el verbo divino en los entablamentos vaticanos. Fueron nuestros agraciados perfiles, y no vuestro pobre aspecto, los que motivaron los sesudos análisis de los más relevantes tratadistas del renacimiento. Nosotras, en fin, somos la máxima Dignidad, la Excelencia y la Grandeza. En Mayúsculas expresó Carl Orff la gloria de su Carmina Burana, Haendel su Mesías, Mozart su Requiem y Wagner su Valquiria. En Mayúsculas se escribieron el Drama, la Epopeya y la Tragedia. Nosotras, en fin, fuimos además antes que vosotras, y fue de nosotras de quien malcopiasteis la silueta.

Pero las minúsculas no parecían ya dispuestas a arredrarse, y tan pronto como aquello fuese dicho alzaron todas sus vocecitas al unísono y exclamaron:

—Vosotras sois solistas porque sois antisociales. Pero nosotras somos la voz coral que aúna las voluntades. Nosotras somos la trama y la urdimbre del tejido tipográfico, gracias al cual os permitimos disfrutar de vuestros mezquinos instantes de gloria... ¡Sin nosotras no sois nada! Y si vosotras sois expresión de la grandeza, nosotras somos sencillas y modestas. Nosotras hablamos en susurro mientras que vosotras resultáis chillonas e histriónicas. Los matices más sutiles de la expresión humana prefirieron siempre nuestra hechura a la de vosotras. En minúsculas entonó Berlioz su Sinfonía Fantástica, Tchaikovsky su Cascanueces y Strauss sus deliciosos vales. Y si vosotras sois Tragedia nosotras somos Comedia. Si vosotras sólo sabéis bramar nosotras solemos sonreír. Si a vosotras os petrificaron en la roca, con nosotras la Bauhaus fue capaz de diseñar mil maravillas, y fue además con nosotras con las que Lorca quiso jugar a dibujar sus caligramas de amor y de muerte. Vosotras, mayúsculas, ciegas de orgullo como estáis, os habéis engalanado en exceso y habéis falseado vuestras formas, pero nosotras hemos sido fieles al ductus caligráfico, porque a nosotras nos parió la pluma del escritor, y es éste el cordón umbilical que nos une al gesto humano. Por eso nosotras fuimos antes que vosotras.

A medida que la contienda se desarrollaba, nuestra letrita, que seguía sin sentirse ni alta ni baja, fue comprendiendo muy a su pesar cómo aquél prodigioso milagro de articulación que las

había permitido constituirse en digno soporte del pensamiento humano, ahora sin embargo las separaba, embebidas en un mar de jerarquías y escalafones que desnaturalizaban la esencia de sus primeros empeños.

Tan afectada estaba que, dándose la vuelta, hizo ademán de alejarse de sus compañeras... Pero como ella era una letrita necesitada de la compañía de sus iguales, consintió en regresar pero esta vez más cerca de sus compañeras minúsculas a las que, después de todo, había considerado menos soberbias y avinagradas.

Pero cuál no sería su desconcierto cuando ya una vez junto a ellas fue testigo de cómo algunas minúsculas, a las que la naturaleza había dotado de astas ascendentes o descendentes, se jactaban abiertamente de ser superiores al resto de sus compañeras minúsculas, por ser más altas que ellas. Incluso algunas, en un alarde de absurda vanidad estiraban sus astas desproporcionadamente para parecer así aún más esbeltas, hasta el extremo de resultar feas y desgarradas; mientras que otras, con el ánimo de parecer más estilizadas, adelgazaban hasta el límite el grosor de sus bastones, rayando ya en la pura anorexia tipográfica.

Nuestra amiga, que no quiso ver más, se dirigió con pesadumbre al gueto de las mayúsculas, desencantada ya de las otras. Y lo que allí presenció la embargó de desolación:

Fue testigo entonces de una fea trifulca entre las hermanas Versalitas por ver cuál podría ser objeto de mayor estimación, pues se disputaban entre ellas el privilegio de ser más o menos altas. Vio también cómo otras mayúsculas habían estrechado sus proporciones y así, casi sin poder respirar, se pavoneaban delante de las otras yendo de acá para allá. En otro extremo, las mayúsculas Romanas se jactaban de ser las más elegantes y armoniosas de todas y se mofaban de las Egipcias, porque sus serifs tacudos ¡les daban una apariencia tan torpe y chabacana...! Un poco más allá las manuscritas Cancillerescas prolongaban con descaro sus extremos y los hacían evolucionar en el aire dibujando ridículos ringorrangos, y con esos estúpidos e inútiles tocados querían aparecer a la vista de las otras como superiores en dignidad. Y las mayúsculas de Fantasía idearon mil y una extravagancias con las que, en realidad, sólo lograban perder aún más su escasa legibilidad...

...Y nuestra entrañable amiga, la letrita que no era ni alta ni era baja, que no era soberbia ni ambiciosa, que quería seguir siendo ante todo... ¡una letra!... hallándose rodeada de tantas otras de su misma especie, se sintió sin embargo sumida en una profunda soledad...

Y en ese justo instante... ¡Despertó!

...Porque este cuento no es un cuento. Porque este cuento no es una ficción. Porque esa letrita del sueño se encuentra entre nosotros, entre vosotros... Y no está sola. Quizá ya lo hayáis notado... porque al lado de cada uno de vosotros se encuentra una letrita, que ni es alta ni es baja. Están entre vosotros porque así lo habéis querido... Están ahí, calladitas, expectantes, ilusionadas, un tanto inquietas y nerviosas... A la espera de vuestro concurso... Sí, del vuestro, porque sobre vosotros recae la responsabilidad de escribir el final de esta historia... La historia de una sencilla letra que anhela por encima de todo ser el vehículo del sentimiento humano.

LIBRO VI

EPÍLOGO

LIBRO VI. EPÍLOGO

VÍAS DE INVESTIGACIÓN ABIERTAS

CUANDO HACE YA UN BUEN NÚMERO DE AÑOS el doctorando se hizo cómplice con el ámbito de interés de la semiótica tipográfica sus primeros empeños se orientaron al establecimiento de una articulación que vertebrase el ingente raudal de información que reclamaba su atención. Y cuando aquella vertebración adoptó el perfil holístico de un organismo coherente pareció que bastaría con el mero desarrollo de sus partes constituyentes para contener, en la clepsidra de ese cuerpo, la universalidad de su casuística. Pero a medida que el cuerpo se manifestaba en su completitud, de sus lindes brotaban nuevas líneas de interés que reclamaban también una curiosidad investigadora. Es sabido que, en un trabajo de investigación, para lograr la conclusión discursiva es necesaria a veces la obliteración de algunas de sus ramificaciones. Para el doctorando es un acto doloroso que, una vez superado, se configura como un nuevo horizonte de investigaciones ulteriores, propias o ajenas. Y en ese sentido podemos hoy declarar como vías de interés investigador al menos diez de aquellas ramificaciones que han surgido a partir del desarrollo de este trabajo.

Una primera línea de investigación que se abre es la consideración del objeto tipográfico como elemento fundamental constituyente de un proyecto inmueble, como parte natural de un todo arquitectónico. Siendo además en él el objeto tipográfico un recurso de naturaleza expresiva en tanto que a través de su poética formal declare y sugiera la idiosincrasia del mismo. Son muchos los edificios, como la *Kunsthalle* de Viena, la *Bibliothek Cottbus* de los arquitectos Herzog & De Meuron, o los áticos de los arcos triunfales del periodo imperial de la Roma de la Antigüedad Clásica, que reclaman el interés de los investigadores en este aspecto.

Una segunda línea de investigación abierta es la utilización del elemento tipográfico en la hechura de los objetos mobiliarios. Experiencias en este sentido como las *ABCChairs* del diseñador

Roeland Otten, o las estanterías con espacios que emulan las articulaciones tipográficas, de Roberto Saporiti, o los sillones *Dharma* de Palette Industries, son algunos de los interesantes ejemplos que podemos encontrar en este ámbito.

Una posible tercera línea de investigación se orienta hacia las expresiones mobiliarias tipográficas que se insertan en el espacio cotidiano de la ciudad, como proyecto urbanístico. Pueden ser expresiones monumentales como el *Poema visual transitable en tres temps* de Joan Brossa, o elementos tridimensionales insertos en el espacio urbano como el enorme conjunto tipográfico *I am/sterdam* situado en la plaza Museumplein frente al Rijksmuseum de Amsterdam, o la impresionante alfombra tipográfica de Gordon Young en el paseo marítimo de la ciudad británica de Blackpool, o las ingeniosas marquesinas del bus urbano de la ciudad de Baltimore, USA. Cada vez más estos elementos de la tipografía, que han trascendido su condición exclusivamente funcional para convertirse en cómplices del escenario de la ciudad, reclaman también un análisis interesado.

Otra fuente de investigación, la cuarta en este caso, la supone el estudio de la forma tipográfica como elemento tridimensional, susceptible de funciones semióticas a través de los materiales de ejecución, de su condición volumétrica y a través también de los juegos lumínicos que puedan derivarse de esa condición tridimensional. Desde las expresiones tipográficas volumétricas *cuasi* artísticas de Gleen Mellor, o los famosos *pensadores* del escultor barcelonés Jaume Plensa, hasta las *Anamorphic Typography Project for Interiors* de Thomas Quinn o las instalaciones tipográficas del artista conceptual sudafricano Kendell Geers, es legión la casuística que incorpora a la forma tipográfica el elemento expresivo del volumen, del material y del efecto lumínico. Un ejemplo cotidiano de ello lo tenemos en el amplio repertorio que inunda el paisaje de la ciudad con sus rótulos comerciales, del cual se ha hecho ya eco el historiador Enric Satué en un breve pero interesante análisis.

Una quinta línea de investigación abierta habrá de interesarse por el comportamiento semiótico de largas cadenas de texto en el ámbito de la composición editorial. Es un campo de indagación que es merecedor sin duda de un trabajo de investigación de envergadura en el cual se analicen los diferentes recursos que intervienen la forma de los bloques tipográficos, sistematizando su casuística, estableciendo una paleta interventora fundamental, y proporcionando una metodología proyectual que colabore en los procesos creativos de maquetación editorial con carácter comunicacional. Desde las experiencias de los caligramas de Rabano Mauro o Guillaume Apollinaire, a los juegos de distorsión del marco tipográfico de las ediciones de *Alice*

in *Wonderland* de Lewis Carroll, la casuística es muy grande y requiere el interés y el ingenio de una curiosidad investigadora.

Otro posible campo de investigación, el sexto entonces, es el análisis de la forma tipográfica como subproducto de las condiciones tecnológicas. Las cualidades del neón o los paneles electrónicos de información sitos en los amplios espacios comunes de aeropuertos o estaciones ferroviarias, amén de todas aquellas situaciones en las que una tecnología ha influenciado a la forma tipográfica, son también objeto de una reflexión reglada.

La séptima vía abierta para la investigación apunta hacia la capacidad retórica de la expresión literaria. En ocasiones la literatura dibuja, con el pincel de la palabra, situaciones que se comportan como el trasunto escrito de una imagen gráfica de base tipográfica. Así se manifiestan algunos pasajes de Wenceslao Fernández Flórez en su novela *El malvado Carabel*, o ciertas expresiones contenidas en *Nosotros* de Yevgueni Zamiatin. O bien el retrato que hace de uno de sus personajes el escritor mexicano Carlos Fuentes en su obra *La silla del águila*. La retórica literaria se presenta así como una especie de escenificación literal de los recursos gráficos propios de la semiótica tipográfica, un fenómeno singular que merece un esfuerzo indagador.

La octava vía de investigación la constituye el extenso material audiovisual, especialmente de origen cinematográfico y publicitario, que infunde carácter semiótico a la forma tipográfica por medio, principalmente, de recursos interventores de naturaleza auditiva y dinámica. El sonido y el movimiento son entonces, además de los recursos propios de la gráfica bidimensional, las estrategias interventoras que pueden ser objeto de reflexión y análisis, en función de su potencial expresivo. Los títulos de crédito de los filmes, como por ejemplo los muchos que diseñó Saul Bass para las producciones de Hitchcock u Otto Preminger entre otros, o algunos ejemplos especialmente notables realizados en el ámbito del *videoclip*, como el trabajo del diseñador francés Antoine Bardou-Jacquet para el también francés *DJ Alex Gopher* en su espléndido audiovisual para el tema *Child*. O ciertos *spots* publicitarios comerciales que trabajan con la forma tipográfica como elemento fundamental de sus composiciones. Los estudios publicados a este respecto de la mano de Matt Woodman, Gemma Solana y Antonio Boneu son una base fundamental para profundizar en los aspectos semióticos de una tipografía audiovisual, sistematizando su casuística y elaborando metodologías para la optimización de su capacidad oratoria.

Otra vía de investigación, la novena en este caso, que ha venido interesando al doctorando en estos últimos años ha sido la relación de la forma tipográfica, como expresión de un *zeitgeist* histórico, con las tendencias estéticas del arte musical. Una asociación que se justifica por las

relaciones, por ejemplo, entre las expresiones tipográficas deconstructivas del expresionismo alemán o de las corrientes tipográficas contestatarias vienesas enfrentadas al hedonismo de la poética secesionista, cuando se contrastan con las desarticulaciones de las corrientes del *jazz*, manifestaciones todas ellas que se producen en un mismo momento histórico y que beben de una misma pulsión experiencial humana.

Y por último, una décima vía investigadora se interesaría en recoger todas aquellas experiencias tipográficas apócrifas que, absolutamente al margen de una actitud reglada, sin embargo representan de manera ingenua e indolente la intensa influencia que la poética mediática ha venido insuflando en el imaginario colectivo. Suponen una suerte de manifestaciones tipográficas impremeditadas, una casuística dispar, ajena al ámbito de lo profesional, en las cuales se declara la voluntad comunicadora de unos grafistas anónimos, apócrifos, que a pesar de su incapacidad metodológica poseen no obstante la frescura del gesto expresivo y se ofrecen, a veces, como una curiosa fuente de investigación, o al menos de observación, a la cual un profesional interesado no debería sustraerse.

LIBRO VI. EPÍLOGO

CONCLUSIONES FINALES
DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN se ha alimentado de dos impulsos fundamentales. El primero de ellos ha sido la confianza en los esquemas del lenguaje y de la comunicación como sistemas integrados coherentes que permiten la interrelación y la transmisión de mensajes planificados premeditadamente. El segundo fue la extraordinaria riqueza y diversidad del hecho tipográfico como fuente de expresión de la idiosincrasia del ser humano. A partir de estos dos pilares se nutrió la hipótesis que vertebró esta Tesis: la presunción de que las formas de la tipografía suponen una especie de epifanía, una clepsidra que acoge la esencia del impulso comunicativo que, acompañando al mensaje puramente literal del discurso, lo enriquece con los valores añadidos que lo intensifican. Y también la certeza que esos valores son susceptibles de ser transmitidos a partir de recursos interventores que, aplicados desde una premeditación inteligente, alcanzan el objetivo final de una comunicación efectiva.

Con el fin de demostrar la bondad de la hipótesis, el Libro II analiza la evolución de las formas de la escritura a lo largo de la Historia, desde las primeras manifestaciones de protoescritura hasta las más recientes experiencias tipográficas del siglo XXI, al objeto de identificar las relaciones que la plástica escritora ha tenido con el pensamiento, la filosofía, la política, la economía, la tecnología, la mística, etc., en cada una de las etapas históricas del ser humano. Este análisis ha dejado en evidencia la profunda simbiosis entre el cúmulo de circunstancias que acompaña a la experiencia humana y la poética de las formas de la escritura que le pertenecen, expresando éstas desde su investidura gráfica la idiosincrasia del contexto que las originó. Se constata entonces que las formas de la caligrafía y de la tipografía se comportaron siempre a modo de sismógrafo de la experiencia del ser humano, registrando con la gráfica de sus contornos el *zeitgeist*, el espíritu de la época, del momento al que pertenecieron. Así, sociedades hedonistas, periodos convulsos, momentos de nostalgia social, situaciones de contraculturalidad, lapsos

de conflictividad belicista, etc., inocularon en la letra el alma que las modeló, declarando así el objeto escriptor su capacidad de ser vehículo de transmisión de su avatar. Esta observación del proceso evolutivo de la escritura ha evidenciado también que la facultad comunicadora de la forma de la letra se ha producido, principalmente, de modo indolente; esto es, sin que una intención premeditada la hubiese originado. Pero también, y a lo largo de esta fase del trabajo de investigación, se pudo inequívocamente constatar que la forma escriptora fue en no pocos momentos históricos un elemento de propaganda del poder establecido, un recurso para la difusión de posicionamientos interesados. Desde los imperios de la Antigüedad, pasando por las grandes civilizaciones clásicas, los esfuerzos reintegradores del imperialismo de finales de la Antigüedad Tardía, las renovaciones del pensamiento a comienzos de la Edad Moderna, las monarquías absolutistas, etc., hasta esos modernos imperios comerciales que son hoy día las grandes corporaciones internacionales, todas las fuerzas de poder fueran del signo que fuesen utilizaron y utilizan, hoy más que nunca, el elemento escriptor como vehículo de transmisión de sus interesados catecismos. Y al hacerlo así, lo hacen desde una posición de premeditación. Desde la firme convicción que una inoculación anímica es factible por vía escriptora. Lo que supone un esfuerzo previo que implica la especificación de unos objetivos, el análisis de la capacidad expresiva de la forma gráfica aplicada a la plástica de la escritura, y la concreción de unas vías de difusión a través de las cuales la forma tipográfica ejerza su influjo inoculador.

La experiencia recogida en el Libro II ha alimentado el planteamiento analítico que se desarrolla en el Libro III, en el cual se consolida el establecimiento de una clasificación inteligente de la ingente casuística de las manifestaciones expresivas de la tipografía. El extensísimo parque tipográfico que inunda el paisaje cotidiano de los espacios de convivencia en nuestras modernas sociedades occidentales, y la intensidad de su potencial comunicacional supraliteral derivado del uso de recursos gráficos aplicados a la propia investidura de la forma de las letras, requería de una logística organizativa que recogiese el amplio panorama de recursos interventores de la forma escriptora, pero que a la vez lo compilara en una paleta recursiva limitada, no demasiado extensa; pues un esfuerzo clasificador es tanto más efectivo cuanto más restringido es el abanico de posibilidades que ordena. Éste es precisamente el objetivo que se consigue en el Libro III. Como resultado se ofrece en él una clasificación inédita de recursos de intervención de la forma escriptora con funciones semióticas. De este modo todas y cada una de las posibles manipulaciones que con intención expresiva pueden acompañar a la gráfica de la letra se recogen en una breve clasificación constituida por ocho agentes interventores. Elementos

puramente tipográficos, elementos de inclusión, elementos de sustitución, intervenciones del contorno tipográfico, elementos de texturación, intervenciones por reubicación, intervenciones por orientación e intervenciones cromáticas, son la ajustada paleta que recoge la extraordinaria diversidad de recursiones tipográficas que podemos encontrar no ya sólo en el panorama escriptor contemporáneo sino en todas aquellas experiencias históricas de escritura intervenida con intención semiótica. Esta catalogación constituye un valioso instrumento de análisis para todos aquellos profesionales del campo de la comunicación y del lenguaje de la gráfica que se interesen por el potencial hermenéutico de la experiencia escriptora. Tal esfuerzo compilador y clasificador supuso luego la base fundamental para la consolidación de un proceso creativo inteligente, una metodología proyectual, a partir de la cual los profesionales de la comunicación gráfica fueran capaces de conformar mensajes visuales que a través de la plástica de la escritura comunicasen al público objetivo las proposiciones oportunas. Y es éste precisamente el objetivo que ha animado la empresa que se acomete en el Libro IV.

El Libro IV se constituye así, de acuerdo a lo dicho, en esfuerzo conclusivo que aglutina las experiencias de los Libros II y III, extrayendo la esencia medular de sus proposiciones y construyendo a partir de ella una metodología de trabajo que desde la razón y el intelecto posibilitara la aplicación, a la forma escriptora, de los recursos de intervención que la impregnasen de los valores añadidos esenciales para una comunicación supraliteral. Desde la experiencia clasificadora instituida en el Libro anterior pudo constatarse que, al no darse la condición de reciprocidad entre causa y efecto en la recursividad tipográfica, esto es, entre recurso gráfico interventor y valor expresivo, se hacía necesaria la sistematización de un proceso creativo que partiendo de una necesidad comunicacional la transmutara en una suerte de recursos plásticos aplicables a la forma de la tipografía, sin que mediara la inviabilidad del efecto de reciprocidad señalado. Y, efectivamente, el Libro IV resuelve el conflicto con la configuración de un sistema para la creación de experiencias tipográficas con función hermenéutica. La metodología proyectual propuesta plantea en primer lugar la depuración intelectual del mensaje o conceptos a transmitir. A partir de esa depuración cada concepto se resuelve en forma gráfica a partir de la elaboración de cuatro listados interventores. Listados de recursos tipográficos, listados de recursos gráficos, listados de recursos alusivos y listados de recursos icónicos se constituyen en la base estratégica a partir de la cual la esencia comunicadora se transfigura en forma gráfica, capaz de contener la esencia del discurso, inoculando en la forma de la tipografía el valor añadido e invistiéndola de significaciones. La selección de los recursos finalmente aplicables se soluciona merced a un

proceso depurador, coherente, cuya orquestación se especifica en el lugar correspondiente. El resultado es entonces la conformación de una provechosa metodología de trabajo que se ofrece como estrategia de comunicación para aquellos profesionales del ámbito mediático que trabajan con la forma escritora como elemento fundamental de sus proposiciones gráficas. El método ha sido ya ensayado y puesto a prueba por el doctorando en el campo de batalla del aula académica durante más de una década. Y debemos decir que la calidad comunicativa —y por ende estética— de los resultados obtenidos son el aval que certifica la bondad del método.

Como consecuencia de los hallazgos obtenidos a través del desarrollo de las experiencias contenidas en los Libros II, III y IV, en el Libro V se ofrece una serie de adendas que complementan desde sus discursos respectivos la certeza de las propiedades semióticas de la forma escritora, y la acercan como fenómeno a una condición *cuasi* artística en tanto en cuanto son observables sus cualidades como vehículo de expresión de la idiosincrasia del ser humano. A partir de una confrontación entre los conceptos de *diseño gráfico* y *arte* se analizan las cualidades comunicacionales que definen a uno y otro, y se especula en libertad sobre la inmanencia de lo artístico en la gráfica, especialmente la gráfica de función publicitaria. Siendo el hecho tipográfico un fenómeno recurrente y fundamental en la experiencia de la gráfica mediática, y una vez supuesta la inmanencia artística de ésta, se reflexiona acerca de la función artística del acto tipográfico en relación a su potencialidad como agente semiótico. El último texto incluido en este Libro es una interpretación lírica, un libre juego, un ensueño, una licencia que el doctorando se permite y con la cual concluye su trabajo de investigación con el encuentro desenfadado entre unas letras que parecen haber cobrado vida propia y se disputan entre sí la bondad de sus propias configuraciones. Una suerte de ligero entreacto que separa el cuerpo de la Tesis de las conclusiones finales. Una forma de entreacto que, aun sin mayores pretensiones, recoge sin embargo lo que para el doctorando suponen esas formas deliciosas que llamamos letras, una suerte de seres orgánicos, con vida propia, que son el resultado de un proceso evolucionista al más puro estilo de las teorías de Darwin.

Cabe concluir que más allá de los objetivos marcados, este trabajo, desde la atalaya de su desenlace, ha revelado un horizonte enriquecido por nuevas vías de investigación. Unas vías que merecen, por vía propia o ajena, ser desentrañadas con el amable escalpelo de una curiosidad investigadora. Una curiosidad que, interpretando en libertad el pensamiento de Robert Bringham, se aventure con una ponderada pasión y una inteligencia dispuesta en esa mágica foresta donde las formas de la escritura son espejo y correlato de nuestra propia experiencialidad como seres humanos.

BIBLIOGRAFÍA

- ADAM, Jean-Michel y BONHOMME, Marc. *La argumentación publicitaria*. Ed. Cátedra. Madrid, 2000
- AICHER, Otl. *Tipografía*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2007
- ÁLVAREZ MÁRQUEZ, M^a Carmen. *El libro manuscrito en Sevilla. Siglo XVI*. Ed. Área de Cultura y Fiestas Mayores. Ayuntamiento de Sevilla. Sevilla, 2000
- ARMENTIA, José Ignacio y otros. *Diseño y periodismo electrónico*. Ed. Universidad del País Vasco. Gipuzkoa, 1999
- ARNHEIM, Rudolf. *Arte y Percepción Visual*. Ed. Eudeba. Buenos Aires, 1976
- *Hacia una psicología del Arte. Arte y entropía*. Ed. Alianza. Madrid, 1986
- BAIN, Peter y SHAW, Paul. *La letra gótica. Tipo e identidad nacional*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2001
- BAINES, Phil y DIXON, Catherine. *Señales. Rotulación en el entorno*. Ed. Blume. Barcelona, 2004
- HASLAM, Andrew. *Tipografía. Función, forma y diseño*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2002
- BAKOS, Katarin y SCHOLZ, Laszlo. *El cartel comercial moderno de Hungría. 1924-1942*. Ed. Pentagraf. 2009
- BALIUS, Andrea. «Tipografía digital en España. Apuntes para un estudio crítico» en *Imprenta Real. Fuentes de la Tipografía española*. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. AECID. Madrid, 2009
- BARASCH, Moshe. *Teorías del arte. De Platón a Winckelmann*. Ed. Alianza. Madrid, 2003
- BECEDAS, Margarita. *Tesoros de la antigua librería de la Universidad de Salamanca*. Ed. Universidad de Salamanca. Salamanca, 2002
- BENJAMIN, Walter. *La obra de arte en la época de su reproducción mecánica*. Ed. Casimiro. Madrid, 2010
- BERGER, René. *Arte y comunicación*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1976
- BLACKWELL, Lewis. *Tipografía del siglo XX*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2004
- BODONI, Giambattista. *Manuale tipografico*. Ed. Imprenta de la viuda de Bodoni. Parma, 1818 (reimpreso por Ed. Taschen. Colonia, 2010)
- BONET, Juan Manuel. *Impresos de vanguardia en España. 1912-1936*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2009
- BOZAL, Valeriano. *Historia de las ideas estéticas II*. Ed. Historia16. Madrid, 1998
- BRANSTON, Barty. *El libro de la grafología*. Ed. Tikal. Gerona, 1995
- BRINGHURST, Robert. *The Elements of Typographic Style*. Ed. Hartley & Marks. Canada, 2008

- BUEN UNNA, Jorge de. *Introducción al estudio de la tipografía*. Ed. TREA. Gijón, 2011
 – *Manual de diseño editorial*. Ed. TREA. Gijón, 2008
- BÜRDEK, Bernhard E. *Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2002
- CAPLISH, Max. *Análisis tipográficos. Estudios sobre la historia de la tipografía*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2011
- CALDERHEAD, Cristopher. *Taller de caligrafía*. Ed. DRAC. Madrid, 2013
- CARRERE, Alberto y SABORIT, José. *Retórica de la pintura*. Ed. Cátedra. Madrid, 2000
 – *Retórica tipográfica*. Ed. UPV. Valencia, 2009
- CARTER, Harry. *Orígenes de la Tipografía. Punzones, matrices y tipos de imprenta*. Ed. Ollero & Ramos. Madrid, 1999
- CATOPODIS, Miguel. *Tipometría. Las medidas en diseño gráfico*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2014
- CHAVES, Norberto y BELLUCCIA, Raúl. *La marca corporativa*. Ed. Paidós. Barcelona, 2003
 – *La imagen corporativa*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2001
- CHENG, Karen. *Diseñar tipografía*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2006
- CONTRERAS, Fernando R. *Diseño gráfico, creatividad y comunicación*. Ed. Blur. Madrid, 2001
- CORAZÓN, Alberto. «De los orígenes hasta Ibarra: malas noticias» en *Imprenta Real. Fuentes de la Tipografía española*. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. AECID. Madrid, 2009
- CORBETO, Albert. «Tipografía y patrocinio real. La intervención del gobierno en la importación y producción de tipos de imprenta en España» en *Imprenta Real. Fuentes de la Tipografía española*. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. AECID. Madrid, 2009
 – *Daniel B. Updike, impresor e historiador de la tipografía*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2011
 – *Especímenes tipográficos españoles*. Ed. Calambur. Madrid, 2010
 – *Tipos de imprenta en España*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2011
- COSTA, Joan. *Diseñar para los ojos*. Ed. Costa Punto Com. Barcelona, 2007
- CÓZAR, Rafael de. *Poesía e Imagen. Formas difíciles de ingenio literario*. Ed. El carro de la nieve. Sevilla, 1991
- DAVIS, Flora. *La comunicación no verbal*. Ed. Alianza. Madrid, 2005
- DE MICHEL, Mario. *Las vanguardias artísticas del siglo XX*. Ed. Alianza. Madrid, 2008
- DERKUSOVA, Iveta. *Gustavs Klucis. En el frente del arte constructivista*. Ed. Cajasol Obra Social. Sevilla, 2009
- DÍAZ MORANTE, Pedro. *Arte nueva de escribir*. Ed. Imprenta de D. Antonio de Sancha, Madrid, 1776.
 (edición facsímil, Ed. Maxtor. Valladolid, 2005)

- DÍEZ BORQUE, José María. *Imagen en el verso*. Ed. Biblioteca Nacional. Ministerio de Cultura. Madrid, 2008
- DONDIS, D.A. *La sintaxis de la Imagen*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1990
- DOPICO CASTRO, Marcos. *Arqueología tipográfica. La evolución de los caracteres de palo seco*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2011
- EGUIZÁBAL, Raúl. *El cartel en España*. Ed. Cátedra. Madrid, 2014
- ELAM, Kimberly. *Sistemas reticulares*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2006
- ESCRIBANO E IGLESIAS, Lucio. *Teoría e historia de la escritura*. Ed. Imprenta de La Enseñanza. Madrid, 1915. (edición facsímil, Ed. Maxtor. Valladolid, 2009)
- ESPEJO, Carmen. «El primer periódico de la península Ibérica: la gazeta de Valencia (1619)» en *Obra periodística*. N.º 2, Mayo. Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra. 2011
- FADÓN SALAZAR, Paloma. *Manual práctico de caligrafía oriental*. Ed. Comares. Granada, 2005
- FONTANA, Rubén. «La letra y el idioma» en *Imprenta Real. Fuentes de la Tipografía española*. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. AECID. Madrid, 2009
- FRASCARA, Jorge. *Diseño gráfico y comunicación*. Ed. Infinito. Buenos Aires, 2000
- FREDES, Andrés. *Font family*. Ed. Index Books S.L. Barcelona, 2009
- FRUTIGER, Adrian. *El libro de la tipografía*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2007
- *Signos, símbolos, marcas, señales*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1995
- GÄDE, Reinhard. *Diseño de periódicos. Sistema y método*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2002
- GAGE, John. *Color y Cultura*. Ed. Siruela. Madrid, 1997
- GÁLVEZ, Francisco. «Reconocer un origen ignorado» en *Imprenta Real. Fuentes de la Tipografía española*. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. AECID. Madrid, 2009
- GARCÍA UCEDA, Mariola. *Las claves de la Publicidad*. Ed. ESIC. Madrid, 2001
- GARCÍA, Mario. *Diseño y remodelación de periódicos*. Ed. EUNSA. Pamplona, 1984
- GARFIELD, Simon. *Es mi tipo*. Ed. Taurus. Madrid, 2011
- GARONE GRAVIER, Marina. «La influencia de la Imprenta Real en América: el caso de México» en *Imprenta Real. Fuentes de la Tipografía española*. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. AECID. Madrid, 2009
- GERSTNER, Karl. *Compendio para alfabetos*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2003
- GIL, Emilio. *Pioneros del diseño gráfico en España*. Ed. Index Books S.L. Barcelona, 2007
- GILL, Eric. *Un ensayo sobre tipografía*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2004
- GODFREY, Jason. *Bibliographic*. Ed. Acanto. Barcelona, 2009

- GOMBRICH, E.H. *El sentido del orden*. Ed. Debate. Madrid, 1999
- GÓMEZ ALONSO, Rafael. *Análisis de la Imagen. Estética audiovisual*. Ed. Laberinto. Madrid, 2001
- GONZÁLEZ MARTÍN, Juan Antonio. *Teoría general de la Publicidad*. Ed. Fondo de Cultura Económica. Madrid, 1996
- GOUDY, Frederic William. *El alfabeto y los principios de rotulación*. Ed. ACK Publish. Madrid, 1992
- GRIJELMO, Álex. *El genio del idioma*. Ed. Taurus. Madrid, 2004
- *La seducción de las palabras*. Ed. Punto de lectura. Madrid, 2002
- HAMEL, Christopher de. *Artesanos medievales. Copistas e iluminadores*. Ed. Akal. Madrid, 2009
- HARRIS, Roy. *Signos de escritura*. Ed. Gedisa. Barcelona, 1999
- HASLAM, Andrew. *Lettering*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2011
- HELLER, Steven y ILIÉ, Mirko. *Iconos del diseño gráfico*. Ed. Random House Mondadori. Barcelona, 2009
- HENESTROSA, Cristóbal y otros. *Cómo crear tipografías. Del boceto a la pantalla*. Ed. Tipo e. Madrid, 2012
- HILLNER, Matthias. *Tipografía virtual*. Ed. Parramón. Barcelona, 2009
- HOCHULI, Jost y KINROSS, Robin. *El diseño de libros*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2005
- *El detalle en la tipografía*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2007
- HOLLIS, Richard y otros autores. *La vanguardia aplicada. 1890-1950*. Ed. Fundación Juan March. Madrid, 2012
- *El diseño gráfico*. Ed. Destino. Barcelona, 2000
- HORMIGOS RUIZ, Jaime. «La sociología de la música. Teorías clásicas y puntos de partida en la definición de la disciplina» en *Babaria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*. n° 14. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4152515>
- HUERTA, Ricard. *Museo tipográfico urbano, Paseando entre las letras de la ciudad*. Ed. Universidad de Valencia. Valencia, 2008
- ICÍAR, Juan de. *Arte sutilísima, por la cual se enseña a escribir perfectamente*. Ed. Pedro Bernuz, Zaragoza, 1550. (edición facsímil, Ed. Complutense. Madrid, 2007)
- IGLESIAS RODRÍGUEZ, Gema. *La propaganda en las guerras del siglo XX*. Ed. Arco Libros. Madrid, 1997
- JEAN, Georges. *La escritura. Memoria de la humanidad*. Ed. Blume. Barcelona, 2012
- JENNINGS, Simmon. *Tipos de la calle. Un alfabeto urbano*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2011
- JONG, Cees W. de. *Type. A visual history of typefaces and graphic styles*. Vol. I y II. Ed. Taschen. Colonia, 2013

- JURY, David. *¿Qué es la tipografía?*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2007
- KAUFMAN, Herb y HOMELSKY, Geri. *Calligraphy in the Copperplate style*. Ed. Dover Publications. New York, 2013
- KINROSS, Robin. *Tipografía moderna. Un ensayo histórico crítico*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2008
- KOCH, Rudolf. *Cuaderno de escritura*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2001
- KÖHLER, Wolfgang. *Psicología de la forma*. Ed. Biblioteca Nueva. Madrid, 1972
- LECLANCHE-BOULÉ, Claude. *Constructivismo en la URSS. Tipografías y fotomontajes*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2003
- LEE, Ji. *Univers revolved. A three-dimensional alphabet*. Ed. Abrams. New York, 2004
- LIMÓN DELGADO, Antonio. *El cartel en Sevilla*. Ed. Ayuntamiento de Sevilla. Sevilla, 1982
- LOCKE, John. *Del abuso de las palabras*. Ed. Taurus. Madrid, 2014
- LÓPEZ CUENCA, Rogelio. *Words*. Ed. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. Sevilla, 1994
- LOXLEY, Simon. *La historia secreta de las letras*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2007
- LUIDL, Philipp. *Tipografía básica*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2011
- MACMILLAN, Neil. *An A-Z of type designers*. Ed. Yale University Press. 2006
- MARCH, Marion. *Tipografía creativa*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1989
- MARTÍN AGUADO, José A. *El periódico y sus fundamentos tecnológicos*. Ed. Latina. Madrid, 1981
- MARTÍN MONTESINOS, José Luis y MAS HURTUNA, Montse. *Manual de tipografía. Del plomo a la era digital*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2001
- MARTIN, Judy. *Guía completa de la caligrafía*. Ed. Hermann Blume. Madrid, 1996
- MARTÍNEZ DE SOUSA, José. *Diccionario de ortografía técnica*. Ed. Fundación Germán Sánchez Ruipérez. Madrid, 1999
- *Manual de edición y autoedición*. Ed. Pirámide. Madrid, 2008
- *Manual de estilo de la lengua española*. Ed. TREA. Gijón, 2003
- *Pequeña historia del libro*. Ed. TREA. Gijón, 2002
- MARTÍNEZ DEAÑO, Nuria. *Daniel Gil. Nuestras mejores portadas*. Ed. Aldeasa. Madrid, 2005
- MARTÍNEZ VELA, Francisco de Paula. *Typographica. La historia del arte de imprimir*. Ed. Point de Lunettes. Sevilla, 2012
- MARTÍNEZ-VAL, Juan. *Tipografía práctica*. Ed. Laberinto. Madrid, 2002
- MEDIAVILLA, Claude. *Caligrafía*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2005
- MEDINA BEIRO, Jorge Miguel. *Tipografía digital*. Ed. Anaya. Madrid, 2001
- MEGGS, Philip y PURVIS, Alston W. *Historia del diseño gráfico*. Ed. R.M. Barcelona, 2009

- MEIER, Hans Eduard. *La evolución de la letra*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2011
- MÉNDEZ, Elena, GUARINOS, Virginia y otros. *Questiones publicitarias*. Ed. MAECEI. Sevilla, 1995
- MESEGUER, Laura. *Tipografía en las revistas*. Ed. Index Books S.L. Barcelona, 2011
- MICHAUX, Henry. *Ideogramas en China. Captar mediante trazos*. Ed. Círculo de Bellas Artes. Madrid, 2006
- MIJKSENAAR, Paul. *Una introducción al diseño de la información*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2001
- MINGUET, Josep María. *Branding Logos. From the first sketch final trademark*. Ed. Monsa. Barcelona, 2011
- MORGAN, Margaret. *La biblia de las letras iluminadas*. Ed. Blume. Barcelona, 2007
- MORRIS, Charles. *Fundamentos de la teoría de los signos*. Ed. Paidós. Barcelona, 1994
- MOSLEY, James. *Sobre los orígenes de la tipografía moderna*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2010
- MUNARI, Bruno. *¿Cómo nacen los objetos?*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1983
- *Diseño y comunicación visual*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1985
- NAHARRO, Vicente. *Arte de enseñar a escribir cursivo y liberal*. Ed. Imprenta de Vega y Compañía, Madrid, 1820. (edición facsímil, Ed. Maxtor. Valladolid, 2001)
- NAVARRO MORAGAS, Francisco Javier. «¿Y para qué iban a querer los pirahã escribir en mayúsculas?» en *E-ART. Escuela de Arte de Sevilla*. Ed. Escuela de Arte de Sevilla. Sevilla, 2013
- y TEBE DE MONTES, Valle. «El sueño de una letra» en *E-ART. Escuela de Arte de Sevilla*. Ed. Escuela de Arte de Sevilla. Sevilla, 2011
- «Tipografía, Diseño, Sociedad, Propaganda y Arte» en *E-ART. Escuela de Arte de Sevilla*. Ed. Escuela de Arte de Sevilla. Sevilla, 2015
- «El valor añadido. Una reflexión sobre la inmanencia de lo artístico en la gráfica publicitaria» en *Laboratorio de Arte*. n.º 22. Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla. Sevilla, 2010
- «La obra de arte frente a la gráfica publicitaria. Una aproximación desde la hermenéutica» en *E-ART. Escuela de Arte de Sevilla*. Ed. Escuela de Arte de Sevilla. Sevilla, 2012
- «Las formas artísticas de la tipografía y la caligrafía como vehículo histórico de expresión del zeitgeist» en *Laboratorio de Arte*. n.º 26. Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla. Sevilla, 2014
- «El Tiempo detenido. La percepción del Tiempo en la expresión artística del primer renacimiento italiano» en *Laboratorio de Arte*. n.º 25. Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla. Sevilla, 2013

- *Una semiótica de la tipografía. Claves de relación entre el mensaje y la forma en cadenas tipográficas de corta extensión* [tesina del Periodo de Investigación de los Cursos de Doctorado para la obtención del Diploma de Estudios Avanzados]. Facultad de Bellas Artes.
Universidad de Sevilla. 2002
- NERDINGER, Winfried. *100 años de arquitectura y diseño en Alemania. Deutscher Werkbund. 1907-2007*. Madrid, 2007
- NOORDIJ, Gerrit. *El trazo. Teoría de la escritura*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2009
- NOVARESE, Aldo. *El signo alfabético*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2009
- ORDÓÑEZ, Hernán. *Typex. Tipografía. Una experiencia docente*. Ed. Index Books S.L.
Barcelona, 2010
- PANOFSKY, Erwin. *La arquitectura gótica y la escolástica*. Ed. Siruela. Madrid, 2007
- PÉREZ AGUSTÍ, Adolfo. *La grafología*. Ed. Acento. Madrid, 2003
- PÉREZ CARREÑO, Francisca. «La estética empirista» en *Historia de las ideas estéticas y de las teorías artísticas contemporáneas*. Vol.I, Ed. La balsa de la Medusa. Madrid, 2004
- PÉREZ, Carlos. *El cartel europeo. 1888-1938*. Ed. Fundación Museo Picasso Málaga. Málaga, 2012
- POHLEN, Joep. *Fuente de letras*. Ed. Taschen. Madrid, 2011
- PUERTA VÍLCHEZ, José Miguel. *Libertad e innovación. Caligrafía árabe contemporánea*. Ed. Casa Árabe-IEAM/Turner. Madrid, 2010
- PUJOL, Josep M. *Jan Tschichold y la tipografía moderna*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2013
- RÀFOLS, Rafael y COLOMER, Antoni. *Diseño audiovisual*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2003
- RAMÍREZ, Juan Antonio. *Medios de masas e Historia del Arte*. Ed. Cátedra. Madrid, 1976
- RAS, Matilde. *Historia de la escritura y grafología*. Ed. Plus Ultra, Madrid, 1950. (edición facsímil, Ed. Maxtor. Valladolid, 2005)
- REY GOÑI, Luis. *EL esplendor de la letra*. Ed. Videal impresores. Sevilla, 2011
- REYZÁBAL, María Victoria. *Propaganda y manipulación*. Ed. Acento. Madrid, 1999
- RIBAGORDA, José María. «Las fuentes de la letra española. Diseño, tecnología, y cultura de la lengua» en *Imprenta Real. Fuentes de la Tipografía española*. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. AECID. Madrid, 2009
- RICHTER, Bettina. *Romper las reglas. Tipografía suiza de los turbulentos años ochenta*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2008
- RIGGS, Tamyé. *Tipos. Tipografías clásicas para el diseño contemporáneo*. Ed. Parramón.
Barcelona, 2010

- ROMO, Fernando. *Escucho con mis ojos a los muertos. La odisea de la interpretación literaria*. Ed. CSIC. Madrid, 2008
- RUARI McLEAN, John David. *Manual de Tipografía*. Ed. Tursen Hermann Blume. Madrid, 1993
- SALVADOR, Gregorio y LODARES, Juan Ramón. *Historia de las letras*. Ed. Espasa Calpe. Madrid, 2008
- SAMARA, Timothy. *Diseñar con y sin retícula*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2004
- SÁNCHEZ ESPINOSA, Gabriel. «La producción editorial del despotismo ilustrado» en *Imprenta Real. Fuentes de la Tipografía española*. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. AECID. Madrid, 2009
- SANZ, Juan Carlos. *El lenguaje del color*. Ed. Hermann Blume. Madrid, 1985
- SARMIENTO, José Antonio. *ZAJ*. Ed. Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía. Sevilla, 2007
- SATUÉ, Enric. *Arte en la tipografía y tipografía en el arte*. Ed. Siruela. Madrid, 2007
- *El diseño gráfico en España*. Ed. Alianza. Madrid, 1997
- *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. Ed. Alianza. Madrid, 1998
- *El paisaje comercial de la ciudad*. Ed. Paidós. Barcelona, 2001
- SERRANO, Sebastià. *La semiótica. Una introducción a la teoría de los signos*. Ed. Montesinos. Barcelona, 1984
- SESMA, Manuel. *Tipografismo*. Ed. Paidós. Barcelona, 2004
- SIGÜENZA, Juan Josef. *Mecanismo del arte de la imprenta para facilidad de los operarios que la exerzan*. Ed. Imprenta de la Compañía, Madrid, 1811. (edición facsímil, Ed. Tipus Almarabu. Madrid, 1992)
- SOLANA, Gemma y BONEY, Antonio. *Uncredited. Diseño gráfico y títulos de crédito*. Ed. Index Books S.L. Barcelona, 2008
- SPANG, Kurt. *Fundamentos de retórica literaria y publicitaria*. Ed. EUNSA. Pamplona, 1997
- SPENCER, Herbert. *Pioneros de la tipografía moderna*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1995
- STAHL, Johannes. *Street Art*. Ed. H.F.Ullman. 2009
- SUÁREZ VILLEGAS, Juan Carlos y PÉREZ CHICA, M^a Ángeles. *La Publicidad al desnudo*. Ed. MAD. Sevilla, 2001
- TATARKIEWICZ, Wladyslaw. *Historia de la estética I. La estética antigua*. Ed. Akal. Madrid, 2000
- *Historia de la estética. III. La estética moderna. 1400-1700*. Ed. Akal. Madrid, 2004
- *Historia de seis ideas*. Ed. Anaya. Madrid, 2007
- TORNÉ, Emilio. «Escritura manuscrita y tipografía en tiempos de la imprenta manual: similitudes y paradojas» en *Imprenta Real. Fuentes de la Tipografía española*. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. AECID. Madrid, 2009

- TORRENT, Rosalía y M.MARÍN, Joan. *Historia del diseño industrial*. Ed. Cátedra. Madrid, 2007
- TSCHICHOLD, Jan. *El abecé de la buena tipografía*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2002
- TZARA, Tristan. *Siete manifiestos Dada*. Ed. Tusquets. Barcelona, 2009
- UNGER, Gerard. *¿Qué ocurre mientras lees? Tipografía y legibilidad*. Ed. Campgràfic. Valencia, 2009
- VILCHES, Lorenzo. *La lectura de la Imagen*. Ed. paidós. Barcelona, 2002
- VILLAFANE, Justo. *Introducción a la teoría de la imagen*. Ed. Pirámide. Madrid, 1998
- VILLAROYA, Joseph. *Disertación sobre el origen del nobilísimo arte tipográfico*. Valencia, 1746. (edición facsímil, Ed. Tipus Almarabu. Madrid, 1992)
- VILLENA, Elvira. «El grabado de punzones para la fundición de caracteres de imprenta en el siglo XVIII» en *Imprenta Real. Fuentes de la Tipografía española*. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. AECID. Madrid, 2009
- VINDEL, Francisco. *El arte tipográfico en España durante el siglo XV. Sevilla y Granada*. Ed. Padilla Libros. Sevilla, 1989
- WEISE, O. *La escritura y el libro*. Ed. Labor. Barcelona, 1925. (edición facsímil, Ed. Maxtor. Valladolid, 2005)
- WILLBERG, Hans Peter y FORSSMAN, Friedrich. *Primeros auxilios en tipografía*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2002
- WONG, Wucius. *Fundamentos del diseño*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1998
- WOOLMAN, Matt y BELLANTONI, Jeff. *Tipos en movimiento. Diseñando en el tiempo y en el espacio*. Ed. Index Books S.L. Barcelona, 2000
- *Tipografía en movimiento*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2005
- YEVES ANDRÉS, Juan Antonio y otros. *Las artes del libro oriental*. Ed. Fundación Lázaro Galdiano. Madrid, 2010
- *La estética del libro español*. Ed. Fundación Lázaro Galdiano. Madrid, 1997
- ZAPPATERRA, Yolanda. *Diseño editorial. Periódicos y revistas*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2008

WEBGRAFÍA

25 horas, *La exploración tipográfica de Sean Freeman*. URL: <<http://25-horas.com/la-exploracion-tipografica-de-sean-freeman/>>

Alberto Carnero, *Projects*. URL: <<http://albertocarnero.com/2014/>>

Andreu Balius, *Universitas Studii Salamantini*. URL: <http://www.andreubalius.com/andreubalius_web%203.0/andreubalius/andreu03_textos02.html>

Artimannias, Nicolas Jarry (*calligraphe*). *Plumillas, calígrafos, métodos y escuelas de escritura*.

URL: <<http://fr.academic.ru/dic.nsf/frwiki/1232721>>

Artimannias, *Plumas para caligrafía y dibujo. Estilográficas y plumillas*. URL: <<http://artimannias.blogspot.com.es/2012/04/plumas-para-caligrafia-y-dibujo.html>>

Barna Art, *Caligrafía*. URL: <<http://www.barna-art.com/caligrafia>>

BaubauHaus. URL: <<http://www.baubauhaus.com/>>

Biblioteca Nacional de España, *Biblias de Sefarad, Obras*. URL: <<http://www.bne.es/es/Micrositios/Exposiciones/Biblias/Obras/>>

Biblioteca Nacional de España, *Biblioteca digital hispánica, Colecciones*. URL: <<http://www.bne.es/es/Catalogos/BibliotecaDigitalHispanica/Colecciones/>>

Biblioteca Nacional de España, *Caracteres de la Imprenta Real en 1793*. URL: <<http://www.bne.es/es/Micrositios/Exposiciones/BNE300/Exposicion/Seccion4/Obra14.html?origen=galeria>>

Biblioteca Nacional de España, *Europa en papel, Obras*. URL: <<http://193.146.129.13/es/Micrositios/Exposiciones/EuropaPapel/Obras/>>

Biblioteca Nacional de España. *El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha*. URL: <<http://quijote.bne.es/libro.html>>

Bibliothèque Nationale de France, *Expositions. Les galeries virtuelles de la Bibliothèque Nationale de France*. URL: <<http://expositions.bnf.fr/index.php>>

Bibliothèque Nationale de France, *Gallica. Bibliothèque numérique, La Science pratique de l'imprimerie (Martin-Dominique Fertel)*. URL: <<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k1325424>>

Bibliotypes, D. Tassin, D. Toustain “*Nouvel Traité de Diplomatie*”. URL: <<http://bibliotypes.blogspot.com.es/2012/12/d-tassin-d-toustain-nouvel-traite-de.html>>

CEEC. *Codices Electronici Ecclesiae Coloniensis, Documentation*.

URL: <<http://www.ceec.uni-koeln.de/>>

Centro Virtual Cervantes, *Museo Virtual de Arte Publicitario (MUVAP)*. URL: <<http://cvc.cervantes.es/artes/muvap/>>

- Circuitous Root, Empire Type Foundry*. URL: <<http://www.circuitousroot.com/artifice/letters/press/noncomptype/typography/empire/index.html>>
- Codex 99, A Constructed Roman Alphabet*. URL: <<http://codex99.com/typography/58.html>>
- Codex 99, Lactantius*. URL: <<http://www.codex99.com/typography/112.html>>
- Cooper Union Typography, Baseline interview with Tony Di Spigna*. URL: <<https://coopertypography.wordpress.com/2010/02/>>
- Daily Type Specimen*. URL: <<http://dailytypespecimen.com/>>
- Dictionnaires et Encyclopédies sur "Academic", Geschichte der Typografie*. URL: <<http://de.academic.ru/dic.nsf/dewiki/516582>>
- Dictionnaires et Encyclopédies sur "Academic", Nicolas Jarry (calligraphe)*. URL: <<http://fr.academic.ru/dic.nsf/frwiki/1232721>>
- E-códices*. URL: <<http://www.e-codices.unifr.ch/en>>
- El desván de mis libros, La Prensa Satírica, en el siglo XIX y principios del XX*. URL: <<http://eldesvandemislibros.blogspot.com.es/2011/04/la-prensa-satirica-en-el-siglo-xix-y.html>>
- El Gabinete del Dr. Eduardo (Un recorrido por la novela francesa del siglo XIX), Nace una nueva forma de literatura popular: el Folletín*. URL: <<http://www.eduardo-pc.es/la-novela-por-entregas-el-follet%C3%ADn/>>
- Étapes: design graphique et culture visuelle, Tania Mouraud, une exposition monumentale au MAC/VAL*. URL: <<http://etapes.com/tania-mouraud-une-exposition-monumentale-au-mac-val>>
- Europeana Regia, Manuscritos*. URL: <http://www.europeanaregia.eu/es/buscar/manuscritos/?filters=tid%3A200%20sm_authors%3A%22Agust%C3%ADn%2C%20Santo%2C%20Obispo%20de%20Hipona%22>
- Experimenta magazine, Alfombra tipográfica de Gordon Young en el paseo marítimo de Blackpool*. URL: <<http://www.experimenta.es/noticias/grafica-y-comunicacion/gordon-young-crea-una-alfombra-tipografica-para-el-paseo-maritimo-de>>
- Experimenta magazine, Kelli Anderson y sus experimentos con tipografías de papel*. URL: <http://www.experimenta.es/noticias/grafica-y-comunicacion/papel-tipografia-kelli-anderson-3927?utm_source=Experimenta,+S.L.+List&utm_campaign=0cc37ec7e7-Newsletter_29_23_05_20135_23_2013&utm_medium=email&utm_term=0_76babb08fd-0cc37ec7e7-380299989>
- Flickr, Ekusupo. Dexfuss-Javal Typeface*. URL: <<https://www.flickr.com/photos/ekusupo/3034197893/>>

- Flickr, Lars Schwarz. Stephenson Blake Pin/Hall Marks.* URL: <<https://www.flickr.com/photos/bitrocker/6963077384/in/photostream/>>
- Flickr, Muestras tipográficas renacentistas de Nicolas Jenson.* URL: <<https://www.flickr.com/photos/bookhistorian/sets/72157623526914141/detail/?page=4>>
- Flickr, Tipografía 1 y 2 Cátedra Cosgaya.* URL: <<https://www.flickr.com/photos/catedracosgaya/page5/>>
- Flickr, Unos tipos duros.* URL: <<https://www.flickr.com/groups/534478@N21/pool/page7/>>
- Flickr, Andrey Sannikov.* URL: <<https://www.flickr.com/photos/sannikov/sets/>>
- Fontfont, 178 Designers and counting.* URL: <<https://www.fontfont.com/designers>>
- Fonts in use, The Story of Our Friend, the Fat Face.* URL: <<http://fontsinuse.com/uses/5578/the-story-of-our-friend-the-fat-face>>
- Garnata, Galería.* URL: <<http://www.garnatatype.com/galeria/>>
- Google libros, Escritura lombarda.* URL: <<https://books.google.es/books?id=pheHxT08KTsC&pg=PA32&lpg=PA32&dq=escritura+lombarda&source=bl&ots=1QtfyM01Lg&sig=xLyfxNTrc-7siqLr4xFwa6imIJbA&hl=es&sa=X&ei=jariU965E4al0QXdyoDQBQ#v=onepage&q=escritura%20lombarda&f=false>>
- Gráfica, ¿Y si los logos estuvieran diseñados con caligrafía? Streetbranding.* URL: <<http://grafica.info/streetbranding-logos/#.ValRcUWu-CY>>
- Gráfica, Autobahn: «Queremos provocar una ‘cómoda confusión’ en el espectador».* URL: <<http://grafica.info/autobahn/#.ValUH0Wu-CY>>
- Gráfica, La obra gráfica de Alberto Corazón llega a Murcia.* URL: <<http://grafica.info/la-obra-grfica-de-alberto-corazon-llega-a-murcia/#.ValhmkWu-CY>>
- Gráfica, Txaber, tipografía experimental en tres dimensiones.* URL: <<http://grafica.info/txaber-tipografia-3d/#.ValeXkWu-CY>>
- Gráfica. La imprenta china de caracteres móviles de madera, patrimonio cultural inmaterial.* URL: <<http://grafica.info/la-imprenta-china-de-caracteres-moviles-de-madera-patrimonio-cultural-inmaterial/#.Vao3QUWu-CZ>>
- Graphic Arts. Exhibitions, acquisitions, and other highlights from the Graphic Arts Collection, Princeton University Library, First Stereotyped Book.* URL: <https://blogs.princeton.edu/graphicarts/2008/03/first_stereotyped_book.html>
- Graphic Design History, A short history of books.* URL: <http://www.designhistory.org/BookHistory_pages/Letterpress.html>

- Greenboathouse. Fine letterspress printed & Handbound editions.* URL: <<http://www.greenboathouse.com/index.html>>
- Ibarra Real, Proyecto.* URL: <<http://www.ibarrareal.es/>>
- Ibytes, La publicidad desde el año 1900 al 1979 en 107 anuncios.* URL: <http://ibytes.es/blog_publicidad_antigua.html>
- IDEP Historia del disseny, Louise Fili (Maria Herrmann).* URL: <<http://historiadeldissenyidep.blogspot.com.es/2014/02/louise-fili-maria-herrmann.html>>
- Ilovetypography, The Origins of abc.* URL: <<http://ilovetypography.com/2010/08/07/where-does-the-alphabet-come-from/>>
- INTEF, Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado.* URL: <<http://educalab.es/intef>>
- International exhibition of calligraphy, Works of the project participants.* URL: <<http://calligraphy-expo.com/eng/Gallery.aspx?letter=A&page=1&pgsize=25>>
- Internet archive, El ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha.* URL: <<http://archive.org/stream/hidalgodonquix01cerv#page/n9/mode/thumb>>
- Internet Archive, Introducción al estudio del arte del alfabeto en Cataluña; documentos sobre la forma, composición y...* URL: <<http://archive.org/stream/introduccinale00olivuoft#page/10/mode/2up>>
- ISSUU, Super-Véloc. Un tipo moderno.* URL: <http://issuu.com/alvaro_sobrino/docs/supervelozy>
- Jeremy Norman's. Historyofinformation.com.* URL: <<http://www.historyofinformation.com/expanded.php?category=Publishing>>
- Juan María Suárez-Martos. Paleografía.* URL: <<http://www.suarezmartos.com/32.html>>
- KernType. A kerning game.* URL: <<http://type.method.ac/>>
- Letrag, Clasificación, glosario, artículos, blogs, historia, enlaces, caracteres unicode, identificar estilos de letra, tipografías más comunes, etcétera.* URL: <<http://es.letrag.com/>>
- Letrag, Palatino. Hermann Zapf (1948).* URL: <<http://es.letrag.com/tipografia.php?id=88>>
- Letteringtime, Las tipografías más destacadas de 2013.* URL: <<http://www.letteringtime.org/2014/01/las-tipografias-mas-destacadas-de-2013.html>>
- Marinni, Giovannino de Grassi.* URL: <<http://marinni.dreamwidth.org/229181.html>>
- Michael Freeman. Photography, Capitulares miniadas en oro.* URL: <<http://www.michaelfreemanphoto.com/-/galleries/stories/scriptorium/-/medias/13741510-bbc8-11e1-818a-69166d976671-scriptorium>>
- MIN. Master universitario en diseño de interiores. Universidad Cardenal Herrera.* URL: <<http://graffica.info/carteles-tipograficos-2/#.ValHLUWu-CZ>>

- Mitiendadearte, Historia del papel.* URL: <<http://mitiendadearte.com/blog/2013/02/historia-del-papel-2/>>
- Mnamon. Ancient writing systems in the Mediterranean, Escrituras antiguas.* URL: <<http://lila.sns.it/mnamon/index.php?page=IndiceAlfabetico&lang=en>>
- Museo del Louvre.* URL: <http://cartelen.louvre.fr/cartelen/visite?srv=col_frame>
- Museum of Metal Typography.* URL: <<http://metatype.org/>>
- Odisea 2008, Caligrafía, el arte de la escritura III.* URL: <<http://www.odisea2008.com/2008/09/caligrafa-el-arte-de-la-escritura-iii.html>>
- OOKL, Stereotype plates, invented by William Ged, Edinburgh goldsmith.* URL: <https://www.ooklnet.com/web/read_more/248149/Stereotype+plates,+invented+by+William+Ged,+Edinburgh+goldsmith>
- Oriol Miró.* URL: <<http://www.urimiro.com/>>
- Oyer Corazón. Tipografía y dislexia.* URL: <<http://oyercorazon.com/?p=1806>>
- Penslingers, Upside Down, Left to Right: A Letterpress film.* URL: <<http://www.penslingers.com/?p=359>>
- Pentagram.* URL: <<http://www.pentagram.com/work/#/all/all/newest/>>
- Pioneros del diseño gráfico español, El catálogo de tipos móviles de Filograf.* URL: <<http://pioneros-graficos.com/2014/11/el-catalogo-de-tipos-moviles-de-filograf/>>
- PROEL, Cuneiforme sumerio.* URL: <<http://www.proel.org/index.php?pagina=alfabetos/sumerio>>
- PROEL, Sistema de escritura de Biblos.* URL: <<http://www.proel.org/index.php?pagina=alfabetos/biblos>>
- Proyecto QuadraQuinta, Breve historia de la prensa.* URL: <<http://www.quadraquinta.org/documentos-teoricos/cuaderno-de-apuntes/brevehistoriaprensa.html>>
- Real Academia de la Historia.* URL: <<http://bibliotecadigital.rah.es/dgbrah/es/estaticos/contenido.cmd?pagina=estaticos/presentacion>>
- San Francisco Public Library, Historia de la Imprenta y del Desarrollo del Libro, Colección Robert Grabhorn en la Biblioteca Pública de San Francisco.* URL: <<http://sfpl.org/index.php?pg=2000637202&sl=2>>
- Sean Heisler designer.* URL: <<http://www.seanheislerdesign.com/>>
- SMU. Bridwell Library. Perkins School of Theology.* URL: <<http://www.smu.edu/bridwell>>
- Tentulogo online, Historia de la tipografía (1). Orígenes.* URL: <<http://tentulogo.com/historia-de-la-tipografia-i-origenes/>>

- Tentulogo online, Historia de la tipografía (5). Barroco & Clasicismo.* URL: <<http://tentulogo.com/historia-de-la-tipografia-barroco-clasicismo/>>
- The red list, Bayer, Herbert.* URL: <<http://theredlist.com/wiki-2-343-917-997-view-poster-art-profile-bayer-herbert-1.html#photo>>
- The Schoyen Collection, Palaeography. Latin Book Scripts. Gothic.* URL: <<http://www.schoyencollection.com/palaeography-collection-introduction/latin-book-scripts/gothic-book-scripts#ang>>
- The Schoyen Collection, Roman History.* URL: <<http://www.schoyencollection.com/history-collection-introduction/roman-history-collection>>
- Tipografía digital, Aprende a distinguir entre caligrafía, lettering y tipografía.* URL: <<http://tipografiadigital.net/>>
- Tipográfico, Familias tipográficas seriales (de Romulus a Thesis).* URL: <<http://tipografico.org/blog/2008/12/15/tiposeriales/>>
- Trend List. Exploring visual trends in contemporary graphic design.*
URL: <<http://www.trendlist.org/>>
- Type culture, Movies.* URL: <http://www.typeculture.com/academic_resource/movies/>
- Typefoundry, Porson's Greek type design.* URL: <<http://typefoundry.blogspot.com.es/>>
- UDLAP Bibliotecas. Colección de tesis digitales. Universidad de las Américas Puebla, María de Lourdes Fuentes Fuentes y Marcela Huidobro Espinosa.* URL: <http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldg/fuentes_f_ml/indice.html>
- Unicode, Unicode 8.0 Character Code Charts.* URL: <<http://www.unicode.org/charts/>>
- Universidad Carlos III de Madrid.* URL: <<http://doctorado07.wikispaces.com/>>
- Universidad de Sevilla. Paleografía, Diplomática, Epigrafía, Numismática, Archivística. Prof. Dr. D. Manuel Romero Tallafigo.* URL: <<http://personal.us.es/tallafigo/>>
- Università degli studi di Urbino Carlo Bo, Paleografia, Insulare.* URL: <http://www.uniurb.it/Filosofia/bibliografie/paleografia/galleria_immagini.htm#umanistica_imm>
- Universitat de Barcelona, Escritura Carolina.* URL: <http://www2.ub.edu/contrataedium/taedium-cast/ordit/cultura_escrita/carolingia.htm>
- University of Michigan, Library.* URL: <<http://www.lib.umich.edu/papyrology-collection/ancient-writing-materials-wax-tablets>>
- Unos Tipos Duros.* URL: <<http://www.unostiposduros.com/>>
- VADS. The online resources for visual arts, Edward Johnston crafts study centre.* URL: <<http://www.vads.ac.uk/results.php?page=2&cmd=search&mode=boolean&words=edward+johnston+crafts+study+centre&idSearch=boolean>>

Viena Secession, Graphic Arts in Vienna and Germany 1895-1920. URL: <<http://www.theviennasecession.com/>>

Wikilearning, Proyecto y diseño de un diario. Enfoque tipográfico de un diario. URL: <http://www.wikilearning.com/monografia/proyecto_y_diseño_de_un_diario/5941-6>

Wikimedia Commons, Category:Ancient Roman inscriptions. URL: <https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Ancient_Roman_inscriptions?uselang=it>

Wikimedia Commons, Category:Posters by decade, siglos XIX, XX y XXI. URL: <https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Posters_by_decade>

Wikipédia (francesa), Portail:Écriture. URL: <<https://fr.wikipedia.org/wiki/Portail:C3%89criture>>

Wikipedia (italiana), Categoria:Scrittura latina. URL: <https://it.wikipedia.org/wiki/Categoria:Scrittura_latina>

Wikipedia, Escritura visigótica. URL: <https://es.wikipedia.org/wiki/Escritura_visig%C3%B3tica>

Wikipedia, Schwabacher. URL: <<https://en.wikipedia.org/wiki/Schwabacher>>

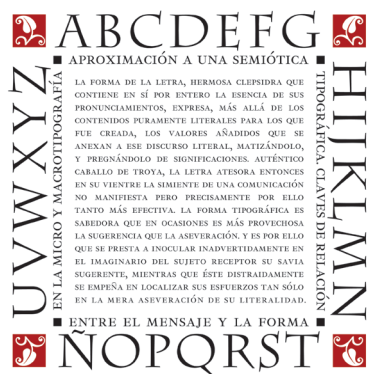
Wolda, 2010. URL: <<http://www.wolda.org/>>

Wordsarepictures, Craig Ward. URL: <<http://wordsarepictures.co.uk/>>

Yahoo! respuestas, ¿Características del cartel suizo?. URL: <<https://es.answers.yahoo.com/question/index?qid=20101105144842AA511C2>>

Youtube, It's a Mad Mad Mad Mad World - title sequence by Saul Bass. URL: <<https://www.youtube.com/watch?v=s1A7bJD3atk&list=PLED1988557C66408B>>

Youtube, Word as Image. URL: <https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=J59n8FsoRLE>



ESTA TESIS SE CONCLUYÓ EN EL VERANO DE 2015.
 ESTÁ IMPRESA EN PAPEL DE 140 GRAMOS DEL TIPO
 FREELIFE MÉRIDA RESUELTAS CON EL TIPO IBARRA REAL,
 UNA RECUPERACIÓN DIGITAL DE JOSÉ MARÍA RIBAGORDA
 A PARTIR DE LOS PUNZONES QUE JERÓNIMO ANTONIO
 GIL CORTÓ PARA EL IMPRESOR JOAQUÍN IBARRA
 EN EL ÚLTIMO TERCIO DEL SIGLO XVIII.

CONSTA DE DOS VOLÚMENES, 1586 ILUSTRACIONES
 Y 1116 PÁGINAS EN TOTAL. EN EL AÑO 1116 EL
 MATEMÁTICO, ASTRÓNOMO Y FILÓSOFO SEFARDÍ
 ABRAHAM BAR HIYYA PUBLICÓ SU TRATADO DE
 «GEOMETRÍA PRÁCTICA».



SE IMPRIMIÓ EN SEVILLA EN LOS TALLERES
 DE «ENCUADERNACIONES GALLARDO»
 DURANTE EL OTOÑO DE 2015

